

Los medios y la diáspora: viejas mañas, nuevas caras

HUMBERTO JAIMES QUERO

Los discursos que desprenden xenofobia, aporofobia, discriminación y comportamientos afines contra los migrantes venezolanos, son una manía que ya han vivido otros pueblos. Ahora, la prensa venezolana está descubriendo el tamaño de este problema y que la migración requiere un tratamiento especializado, pues no es suficiente conformarse con lo que publican las agencias y medios internacionales.

Desde mediados de la década pasada, el periodismo venezolano centró parte de su atención en la diáspora que experimentan buena parte de los ciudadanos del otro país democrático y petrolero, quienes para principios de 2023 suman más de 7 millones de personas.

Esos millones de migrantes marcan una etapa inédita en la historia de esta nación, una ruptura con el pasado, con los orígenes, sobre todo para los jóvenes que ya están establecidos en Colombia, Estados Unidos, Argentina, donde inician sus vidas conscientes de que no van a regresar y que Venezuela, como sugiere Antonio López Ortega: "... es referencia donde quedan si acaso sus padres o unas imágenes de infancia que ya sus hijos no heredarán." (López Ortega, 2010: 512).

Debido a su magnitud y complejidad, este viaje obligado, del cual cerca del 20 % retorna, se ha convertido en noticia mundial, por sus dimensiones. Una historia no menos dramática sucede con la forzosa estampida de ucranianos que huyen de los tanques enviados por el

Kremlin a principios de 2022; otro tanto ocurre con los sirios, quienes llevan años escapando de un territorio devastado por la artillería sin tregua y los desencuentros entre bandos políticos radicalizados. En África, el Cercano Oriente, América Latina y Asia, la migración forzosa tampoco es algo extraño, es "una vena abierta" con varios decenios de existencia.

Estos desplazamientos de personas son realidades inherentes al devenir de la civilización, desde tiempos remotos. El detalle está en que desde el siglo XX han ganado visibilidad en los medios de comunicación, cosa que marca una diferencia respecto al pasado. En efecto, en la medida que la migración se convirtió en un tema con alta *visibilidad mediática*, ganó importancia en la agenda de la comunidad internacional. Pero tal visibilidad a veces puede incidir de manera negativa en las actitudes, las políticas y las decisiones de una sociedad respecto al tema. Si los medios (y ahora las redes sociales) favorecen la reproducción de prejuicios, la estigmatización y el rechazo hacia los miles de migrantes sirios, africanos, venezola-

DOSSIER

nos y ucranianos, difícilmente los gobiernos y las naciones que representan podrán ser receptivos frente a este contingente humano, tomar medidas que permitan aliviar el drama o abordarlo en buenos términos. Si ocurre lo contrario, los resultados pueden ser menos conflictivos.

Por otra parte, tampoco existía una prensa representativa de la comunidad venezolana que estaba creciendo en Estados Unidos, sobre todo en Florida, cosa que comenzará a cambiar hacia mediados de los años noventa, cuando irrumpen en estas latitudes *El Venezolano*, *Venezuela al Día*, *La Voz* y *La Verdad*, entre otros medios.

Por regla general, las actitudes hacia la migración han estado más cercanas al rechazo y la incompreensión por parte de la sociedad receptora, lo cual incluye tanto a la población como a las autoridades y los medios de comunicación, incluso, la migración suele ser vista como un “problema” o una “amenaza” para la seguridad del país receptor y sus ciudadanos. De hecho, advierte Van Dijk, especialista en la materia, una de las premisas de la que parten los medios es que la migración en sí es un “problema”, lo cual desencadena unos sesgos editoriales concretos. Si se asume otro enfoque, otro podría ser el comportamiento de la sociedad receptora y los propios medios.

Un caso que llamó la atención, es la actitud receptiva de Polonia hacia los ucranianos, cuando estos comenzaron a largarse de su país a comienzos de 2022. La solidaridad polaca partió desde las instancias oficiales y tiene una base: la experiencia de los propios polacos en la Segunda Guerra Mundial, cuando tuvieron que huir tras la invasión de las tropas alemanas (1939). El respaldo del gobierno de Varsovia marcó la actitud de la sociedad y la prensa, lo que no significa que el periodismo se aparte de la crítica ante un tema complejo, en el cual podemos encontrar desviaciones, fallas e irregularidades que pueden darse en su desarrollo.

LA PRIMERA COLONIA VENEZOLANA Y LA PRENSA

A diferencia de otros países, Venezuela nunca fue un país expulsor de emigrantes, por el contrario, durante los siglos XIX y XX se caracterizó por recibir miles de personas procedentes de Europa, América Latina y Asia, que huían de escenarios de guerra, crisis económica, persecución política y otras razones. Sin embargo, a finales del siglo pasado, en la medida que comenzaron a deteriorarse las condiciones de vida de la nación, el panorama cambió de una manera drástica. Los venezolanos comenzaron a migrar a otros países, de los cuales Estados Unidos fue uno de los preferidos.

A partir de los años 80 comenzó a acentuarse la llegada de migrantes venezolanos a Estados Unidos, como consecuencia de la crisis económica desatada por la caída de los precios del petróleo, hecho que condujo al célebre *Viernes Negro* (1983). Hasta 1980, los venezolanos que hacían vida en los territorios del Tío Sam, se distribuían así: 24,2 % en Florida, 15,2 % en Nueva York y 11 % en California. (Frank D. Bean y Marta Tienda, 1990).

En los años setenta y ochenta, la población venezolana era minúscula en comparación con los mexicanos, cubanos, puertorriqueños, los dominicanos y otras comunidades. Esto tuvo dos consecuencias en la perspectiva de la comunicación y el periodismo: los venezolanos no eran relevantes para el mercado editorial, no constituían “noticia”, como sí lo podían ser los cubanos para la prensa local de Miami, los mexicanos para las rotativas de Los Ángeles y los puertorriqueños para los diarios de Nueva York, en particular los publicados en español (Jaimes, 2022).

Por otra parte, tampoco existía una prensa representativa de la comunidad venezolana que estaba creciendo en Estados Unidos, sobre todo en Florida, cosa que comenzará a cambiar hacia mediados de los años noventa, cuando irrumpen en estas latitudes *El Venezolano*, *Venezuela al Día*, *La Voz* y *La Verdad*, entre otros medios.

Para 1999, por ejemplo, *Venezuela al día* tenía un tiraje de 23 mil ejemplares. La publi-

cación fue fundada por Manuel Corao, el 2 de enero de 1997. Su objetivo era: "... lograr identificación común ante el creciente número existente de venezolanos en Estados Unidos, sin compromisos políticos ni económicos de ningún tipo" (Jaimes, 1999: 25).

La migración venezolana creció y comenzó a ser un fenómeno demográfico importante con poderosas repercusiones políticas, sociales, económicas, de modo que se convirtió en noticia para la prensa local de Estados Unidos, de otros países receptores, los medios internacionales y los que se desempeñan en Venezuela. *El Nuevo Herald* de Miami, por ejemplo, dedicó una sección de noticias a la crisis del país suramericano y los venezolanos ya establecidos en la ciudad sureña, lo que había sucedido antes con los cubanos que arribaron a Florida años atrás, huyendo de la Revolución cubana. Este ha sido un patrón recurrente en el periodismo hispano que se desarrolló en el siglo XX en Estados Unidos: en Nueva York, la llegada de miles de puertorriqueños impulsó la aparición de *La Prensa* (1913) mientras en Los Ángeles, destino tradicional de mexicanos, surgió *La Opinión* (1926).

La mayoría de los medios de comunicación fundados por migrantes hispanos surgió como necesidad de contar con un canal que mantuviera viva la lengua española y la cultura del país de origen como elementos de cohesión e identidad en cada comunidad. Otra razón tiene que ver con la necesidad de contar con noticias e informaciones de orientación para quienes se abrían paso en una sociedad desconocida o diferente. Y, por supuesto, para defender y dar visibilidad a la comunidad en temas vinculados con la migración, caso de denuncias de xenofobia, discriminación, empleo, entre otros.

Estos "medios de la diáspora" (*diáspora media*, en inglés) y "periódicos de minorías" (*minority media*) también son una realidad en muchos países de Europa, Asia y América Latina. Ellos surgen como una alternativa a la oferta informativa de los medios existentes en el país receptor respecto a los migrantes, con la finalidad de ofrecer un discurso alternativo. En el caso de Argentina, por ejemplo, las comunidades de peruanos y paraguayos fundaron publi-

caciones en los años noventa del siglo pasado. (Melella, 2016: 141).

Cuando comenzó la diáspora de venezolanos hacia España, Argentina, Colombia, Chile, México, no se registraron importantes tendencias en comportamientos de rechazo por parte de los países receptores, dentro o fuera del espectro mediático. Para 2011, por ejemplo, Anita Freitez, investigadora de la UCAB experta en migración y coordinadora de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (Encovi) comenta que: "A diferencia de otros casos, la emigración venezolana no ha provocado reacciones en los lugares de destino y, en nuestro seno, el tema sólo ha sido tratado en reportajes de medios de comunicación y en artículos publicados en revistas científicas." (Freitez, 2011: 148-149).

Sin embargo, con el paso del tiempo empezaron a aparecer noticias acerca de acciones de rechazo y brotes de xenofobia hacia los venezolanos en diferentes países. ¿Qué estaba sucediendo realmente? ¿Qué papel estaba comenzando a tener la prensa en estos casos? *Efecto Cocuyo* reseña que el discurso de los medios hacia los venezolanos era negativo:

Delincuentes, mendigos o roba-empleos. Estos son algunos de los adjetivos que lamentablemente, aparecen en ciertos medios de comunicación a la hora de referirse a los más de cinco millones de migrantes o refugiados venezolanos que han abandonado su país en los últimos años. (*Efecto Cocuyo*, 2010: p.7)

Las redes sociales añadieron más leña a la candela, no obstante, al mismo tiempo comenzaron a ser usadas por los venezolanos para organizar su éxodo, orientar a los que iban llegando, así como para denunciar presuntos ataques de xenofobia, racismo, aporofobia y otros comportamientos. Así ocurrió en Colombia, Ecuador, Perú, Chile y otros destinos. Sin embargo, este tipo de comportamientos nunca constituyó una tendencia generalizada en las sociedades receptoras, además, a menudo estaban relacionados a hechos e informaciones específicas en los que estaban involucrados venezolanos: un crimen, irrespeto a las costumbres locales, una

DOSSIER

pelea callejera. De todos modos, no eran algo que podía obviarse.

El Observatorio del Proyecto Migración Venezuela, ente que monitorea la diáspora en las conversaciones en las redes sociales y portales de medios de comunicación, reporta que para 2019 "... se pudo comprobar el predominio de opiniones negativas en redes sociales y medios digitales hacia los migrantes, particularmente cuando se trata de temas económicos y de seguridad." (Proyecto Migración Venezuela, 2020: 2).

Aquí debemos referirnos a los memes, uno de los recursos más atractivos de las redes sociales. Los memes son vistos como un recurso de expresión que une imágenes y frases cortas. Son una herramienta que puede usarse para educar, enseñar, promocionar y muchas otras acciones positivas, pero, podemos encontrarlo más como un recurso que funciona asociado a la xenofobia y la discriminación, para expresar pensamientos contra los migrantes, lo que ha ocurrido con los venezolanos en la última década en diferentes países de América Latina.

Un estudio de Bolívar-Fontaines-Ruiz acerca de la xenofobia contra los venezolanos y los memes, señala lo siguiente:

[...] la fuerza multimodal y la polivocalidad que leemos en los memes hace que lo local y lo global se mezclen, que lo digital se materialice en el plano físico y, como consecuencia de ello, los actos xenofóbicos puedan concretarse en la cotidianidad. Sin lugar a dudas, la red sirve de caldo de cultivo para que las ideologías xenófobas, que están latentes en los memes, se mantengan vigentes en el tiempo y al alcance de los internautas. Este hecho está ligado a su condición propositiva ya que, al estructurarse como entimema, le da opciones al reproductor para que externalice su postura ideológica, y construya redes que capturan y orientan la atención del internauta hacia focos temáticos adversativos. En este punto el meme se comporta como virus y logra infectar al internauta con el odio al otro, el rechazo a otros por su origen y condición social. (Bolívar, Fontaines-Ruiz, 2021: 70)

LA SORPRESA Y EL FENÓMENO MIGRATORIO

La diáspora de venezolanos quizás fue anunciada por la agudización de la crisis del país en sus diversas facetas, proceso que comenzó a expresarse con claridad en los años ochenta del siglo pasado. Los investigadores estadounidenses Frank D. Bean y Marta Tienda señalan que la caída de los precios del petróleo impulsó la migración de venezolanos a Estados Unidos, y que ello podría prolongarse en el futuro. (Frank D. Bean/ Marta Tienda, 1990).

Tal vez se trata de un proceso anunciado. La sociedad venezolana no se preparó para abordar la crisis, tampoco para entender que una diáspora estaba en gestación. Aquí entran tanto la prensa como las instituciones del Estado y otros actores. No se pensó que podría desarrollarse una migración importante a escala global como consecuencia de los desajustes económicos, políticos y sociales. Esto llevó a que no hubiese interés en desarrollar políticas públicas y una cultura para tratar el tema migratorio, caso distinto de países con más experiencia en la materia como Colombia, Estados Unidos, España y Argentina. Esta sociedad que no logró ver el advenimiento de un éxodo masivo, es la misma que reaccionó tarde a la debacle del modelo económico basado casi con exclusividad en la renta petrolera, y la que no supo leer con anticipación el ocaso de la democracia.

Pero no es todo. Muchos tampoco pudieron imaginar que los países receptores serían más cautelosos al momento de recibir a los migrantes venezolanos. El contraste fue tremendo. En sus años de bonanza y estabilidad, Venezuela fue bastante flexible al recibir gente que salía de España, Portugal, Italia, Alemania, Siria, Líbano, Chile, Argentina, Ecuador, Perú, Colombia. Pero casi nadie pensó que no habría la misma reciprocidad en estos destinos debido a diferentes razones: carencia de recursos económicos, incomprensión hacia la migración, existencia de conflictos internos, entre otros elementos que marcaron el devenir.

En cuanto a la prensa de Venezuela, la mayoría de las empresas continuó guiándose por el trabajo de las agencias internacionales y me-

dios de otros países: AP, Reuters, The New York Times, The Washington Post, El Clarín. No hubo un esfuerzo por incorporar la migración como un área o una fuente que requería dedicación profesional; tampoco hubo corresponsales para acercarse a cubrir el creciente éxodo a destinos como Estados Unidos, que desde los años 80 del siglo pasado comenzó a dar señales nada despreciables.

Una investigación realizada por Mariela Torrealba acerca de la cobertura dada por la prensa venezolana a la diáspora, en gran medida confirma la observación anterior:

Si bien algunos medios venezolanos han realizado esfuerzos importantes por dar cobertura especial a una temática que es particularmente sensible para el país todo, dado su vertiginosidad y su carácter masivo, encontramos que la cobertura periodística del día a día se encuentra limitada a lo que provean las agencias y servicios informativos. (Torrealba, 2019)

En este estudio se hizo un análisis sobre las informaciones publicadas por diversos medios venezolanos acerca de la migración el día 18 de diciembre, que es considerado el Día Internacional del Migrante. De las 47 Unidades Redaccionales que abordaron la migración, "... 68 % de las informaciones son suscritas por Agencias de Noticias u otros medios de diversos países. Las noticias y las reseñas ocupan 84 % del total de las UR consideradas" (Torrealba, 2019).

Lo anterior no debe sorprendernos. La prensa venezolana se ha caracterizado por carecer de corresponsales en el exterior. Esto se explica no solo por la carencia de recursos económicos o sus debilidades como empresa, sino por un factor cultural: la mentalidad localista. Es ahora, con el desarrollo de la diáspora, que los periodistas venezolanos han comenzado a migrar y desempeñarse en medios internacionales o de otros países, desde donde pueden acercarse al éxodo.

Esa ausencia en parte ha llevado a que los propios venezolanos que migran hayan puesto a funcionar medios y sobre todo cuentas en las redes sociales, que en parte suplen el déficit de información. Una excepción puede ser *Efecto Cocuyo*, medio con sede en Caracas que des-

de 2015 cubría el tema de marras y a partir de 2020 creó una sección: "Venezuela Migrante". Sus editores reconocen que tuvieron que afrontar la falta de claridad en la cobertura de este tema: "Al ser un país sin experiencia en migrar, detectamos que tampoco teníamos muy claro cómo se cubrían estas movilizaciones, peleábamos con los términos, con los enfoques, con las dudas, con los recursos para hacer mejores piezas" (*Efecto Cocuyo*, 2020: 13).

Esta sociedad que no logró ver el advenimiento de un éxodo masivo, es la misma que reaccionó tarde a la debacle del modelo económico basado casi con exclusividad en la renta petrolera, y la que no supo leer con anticipación el ocaso de la democracia.

"Venezuela Migrante" es definida como "... una plataforma integradora de Efecto Cocuyo que tiene como objetivo ser un espacio de periodismo útil para la población migrante y refugiada, articular redes de periodistas migrantes y capacitar a periodistas para la cobertura de migraciones." (*Efecto Cocuyo*, 2020: 12).

Por su parte, *Tal Cual* creó una sección denominada "Migrantes", en la cual se incluyen informaciones actuales sobre el desplazamiento de venezolanos a lo largo y ancho del mundo, decisiones de los países receptores, del gobierno de Caracas y otros aspectos.

BUENAS PRÁCTICAS Y AVANCES EN LA MATERIA

En la prensa de Europa, Estados Unidos y parte de América Latina desde hace varios lustros existe interés en estudiar la relación entre la migración y la comunicación, lo cual abarca tanto la prensa como las redes sociales, el cine, la publicidad y otras áreas. También hay interés en poner en marcha las "buenas prácticas" derivadas de la experiencia y los frutos de la investigación en el tema.

La National Association of Hispanic Journalist (NAHJ), órgano fundado a principios de

DOSSIER

los ochenta en Estados Unidos, ha desarrollado programas de formación y documentos para orientar a los periodistas acerca de cómo tratar la migración hispana. Recordemos que en Estados Unidos los migrantes hispanos eran representados por los medios anglosajones como “ilegales”, como personas asociadas a problemas, delincuencia y gastos adicionales para el gobierno federal. Pero, con el paso del tiempo, la mirada sobre los hispanos cambió. Cuando estos comenzaron a destacarse en la política, el cine y el deporte, la visibilidad mediática dio un giro.

Es ahora, con el desarrollo de la diáspora, que los periodistas venezolanos han comenzado a migrar y desempeñarse en medios internacionales o de otros países, desde donde pueden acercarse al éxodo.

La Fundación Gabo (Colombia) ha realizado diversos talleres sobre la cobertura de la migración venezolana y publicó un manual sobre cómo cubrir el tema. En general, medios y periodistas en América Latina han buscado abordar la diáspora venezolana trabajando en equipo, compartiendo experiencias, datos, a través de un tratamiento más equilibrado y menos prejuiciado. Pero, en esta materia todavía queda un camino que recorrer.

A propósito de la diáspora y la prensa, Suarez Montoya cree que el tema de los venezolanos y la aporofobia (rechazo a los pobres) es “una oportunidad ética para el periodismo” (Suarez Montoya, 2022), mientras que Canelón Silva ofrece una “fundamentación conceptual” para el estudio de la representación de la diáspora en la prensa digital en Venezuela (Canelón Silva, 2022). En fin, el tema de la migración en los medios y las redes sigue dando de qué hablar e implica analizar lo que se ha publicado y establecer lineamientos que permitan introducir correctivos. Esto puede ser más viable en el periodismo que se realiza con todas las de la ley, donde existen manuales de estilo, códigos de ética, una política editorial, cursos, talleres y todos los elementos que conforman una orga-

nización que tiene una misión y una responsabilidad social, pero es una labor más difícil en el caso de las cuentas personales en las redes sociales, en las cuales no siempre encontraremos criterios profesionales.

Con las iniciativas de la Fundación Gabo, *Efecto Cocuyo* y otras organizaciones, se busca dar una mejor cobertura a una temática compleja, lograr un tratamiento que vaya más allá de las clásicas noticias sobre migrantes que llegaron en forma ilegal, que están involucrados en hechos criminales o que solo generan conflictos en el país destino. Lo que se busca es evitar los enfoques que simplemente producen y reproducen la estigmatización, el estereotipo y el prejuicio, cosa que tiende a repercutir en las percepciones y comportamientos de las poblaciones de los países receptores. Obviamente, no es un tema fácil, porque hay muchas variables en juego. De hecho, tampoco es que la prensa busque estimular la migración, borrar los dolores de cabeza que esta puede generar en un país receptor que no está preparado para recibir, en poco tiempo, miles de personas que no tienen recursos económicos, vivienda y empleo.

A veces, los migrantes son rechazados, sometidos a maltrato, explotación laboral, robos, detenciones arbitrarias por parte de las autoridades, funcionarios y sectores de la población civil, no solo porque existan prejuicios y poca tolerancia en sectores del país receptor, sino porque algunas informaciones de los medios de comunicación y las redes sociales han contribuido a reforzar tales comportamientos. Por eso, cuando se habla de políticas públicas para abordar la migración, debe incluirse la comunicación en general y la prensa en particular.

La migración puede ser abordada desde múltiples enfoques. Como hemos dicho, el tema es complejo, es el resultado de múltiples factores. Hay que tomar en cuenta los valores, la cultura y las creencias del país receptor, así como de los propietarios, editores y periodistas de los medios que cubren el tema. En el caso de la prensa, por ejemplo, Van Dijk, una autoridad mundial en Análisis Crítico del Discurso (ACD) desde los años 80 del siglo pasado ha identificado algunos asociados al discurso de los medios:

- Priva el punto de vista del país receptor, del gobierno.
 - Los agentes activos son las autoridades porque son quienes informan y declaran, mientras que los agentes pasivos son los inmigrantes, pues tienen menos posibilidad de expresarse y dependen de las decisiones de las autoridades.
 - Generalizaciones: suele verse a los inmigrantes como un grupo “homogéneo”, cuando en realidad hay diferencias internas.
 - Los temas y el tratamiento más frecuentes tienden a crear estereotipos y estigmatización.
 - Hay que tomar en cuenta en cuál sección de un medio es ubicado el tema, si es la sección de sucesos, cultura o educación. Cada sección tiene connotaciones en el tratamiento.
 - Otro aspecto importante es si la información o el tema es destacado como principal titular, primera página o portada.
 - La terminología usada en las informaciones, así como en los titulares tiene un impacto importante. La migración suele ser calificada como: “invasión”, “avalancha”, “oleada”.
 - Las cifras pueden magnificar el impacto de la información, suelen ser usadas para reforzar la idea de que una “oleada” de extranjeros está ingresando al país, de que son muchos los que están llegando.
 - Fotos e imágenes (videos): pueden contribuir a magnificar el tema, sobre todo cuando son usadas para mostrar operativos policiales en los que migrantes son detenidos, apresados y deportados a sus países.
 - Las sucesivas informaciones negativas sobre un grupo de migrantes pueden preparar el terreno para justificar la adopción de medidas fuertes o acciones violentas por parte de civiles.
 - Hay que tomar en cuenta el espacio o el tiempo dado a estas comunidades en las informaciones de los medios. Los diversos recursos empleados en el discurso de los medios puede ser objeto de una rigurosa medición estadística para tener una idea más precisa del tratamiento dado a la temática.
 - En el discurso no siempre hay una postura explícita de rechazo, puede ser implícita, a través de titulares tipo: “Migración fronteriza genera inseguridad”.
 - Refuerzo: los discursos pueden influir y reforzar las creencias, prejuicios y percepciones de sectores de la sociedad que no son muy abiertos a la presencia de migrantes.
- Antes de preparar un contenido sobre la migración, hay que considerar los manuales que orientan acerca del abordaje de este tema. Algunos puntos a tomar en cuenta son los siguientes:
- Es un fenómeno complejo que obedece a numerosos factores.
 - Sus efectos son positivos y negativos.
 - Los medios influyen en la forma en que es percibido en la opinión pública y en las actitudes de la población.
 - Se requiere dominar el glosario apropiado, así como un tratamiento profesional del lenguaje, lejos del amarillismo y el sensacionalismo.
 - Hay que seguir el marco normativo de la migración, el conjunto de leyes nacionales e internacionales y otros documentos que sirven de orientación.
 - Es importante tomar en cuenta las experiencias de investigación y el trabajo colaborativo entre medios y periodistas.
 - Es necesaria la especialización profesional.
 - Es un tema en el que los diferentes públicos deben ser educados.

DOSSIER

HUMBERTO JAIMES QUERO

Lic. en Comunicación Social (UCV). Magíster en Historia de las Américas (UCAB). Profesor e Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación CIC-UCAB.

NOTA: colaboró en este artículo el Br. Carlos Ely Quintero. Estudiante de Comunicación Social (UCAB) y Beca-trabajo del CIC-UCAB.

Referencias

- BOCARANDA, Jack (2010): "Los venezolanos, el segundo colectivo más rechazado en Madrid-Barajas". *Agencia Bolivariana de Noticias*. Caracas, 8 de enero de 2010. Versión Web con información de EFE.
- BEAN, Frank D.; TIENDA, Marta (1990): *The hispanic population of United States*. New York: Russell Sage Foundation.
- CANELON SILVA, Agrivalca (2022): "La diáspora venezolana: fundamentación conceptual para el estudio de su representación en la prensa digital en Venezuela". En: *Temas de Comunicación* N°45, junio-diciembre, Centro de Investigación de la Comunicación, Universidad Católica Andrés Bello. pp. 6-30. Recuperado en: <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/5887/5396>
- FALCONI, José Luis; MAZZOTTI, José Antonio (2007): *The other latinos*. EE.UU.: The David Rockefeller Center Series on Latin American Studies, Harvard University.
- EFFECTO COCUYO (2020): *Puentes de comunicación. Cómo cubrir la migración y el refugio venezolanos. Guía y glosario para periodistas, comunicadores y medios*. Octubre.
- FERNÁNDEZ, Carmen Alicia. *Reuters* (1995): "La xenofobia latinoamericana". reproducido por *El Universal*, Caracas, 1 de agosto de 1995. P. 1-2.
- FREITEZ L., Anitza (2011): "Venezuela 1981-2011. Tránsito de un país de inmigración a otro de emigración". En: *La población venezolana 200 años después*. Caracas: UCAB/AVEPO. Pp. 147-180.
- FUNDACION GABO (2021): *¿Cómo comunicar la migración venezolana en Colombia?* Fundación Gabo, Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y ACDI/VOCA.
- GUTIERREZ, David (2004): *The Columbia history of latinos in the United States since 1960*. New York: Columbia University Press.
- JAIMES, Humberto (1999): "Mulas e ilegales venezolanos". En: revista *Elite*, 11 de mayo. Caracas. Pp. 22-25.
- _____ (1998): "Los hispanos y la prensa anglo". En: semanario *Quinto Día*, del 31 al 7 de agosto, Miami. Pp. 24-25.
- _____ (2022): "Los medios hispanos en EE.UU. y el cambio de paradigma lingüístico". En: *Temas de Comunicación* N° 44, enero-junio. Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Pp. 118-134. Recuperado en: <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/5625>
- MATO, Daniel (coordinador) (1993): *Diversidad cultural y construcción de identidades*. Caracas: Fondo Editorial Tropykos CEAP, Faces, UCV.
- MELELLA, Cecilia (2016): "Prensa gráfica y migración sudamericana". En: *Revista de Estudios Sociales Contemporáneos* n° 13. IMESC-IDEHESI/Conicet, Universidad Nacional De Cuyo. Pp. 134-150.
- PELLEGRINO, Adela (1989): *Historia de la inmigración en los siglos XIX y XX*. Tomos 1 y 2. Caracas: Academia Nacional de Ciencias Económicas.
- PROYECTO MIGRACION VENEZUELA (2020): "¿Cómo ha evolucionado la percepción en redes sociales sobre la migración desde Venezuela en 2020?". En: *Proyecto Migración Venezuela/Proyectos Semana*. Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). <https://migravenezuela.com/web/articulo/evolucion-de-la-percepcion-en-redes-sociales-sobre-la-migracion-venezolana-2020/2319>.
- RAMOS, María Marcos (2014): "Principales estudios realizados sobre la representación de las minorías en la ficción televisiva". En: *Chasqui*, Número 126. Octubre.
- SUAREZ MONTOYA, Leonardo (2022): "Venezolanos y aporofobia: oportunidad ética para el periodismo". En: *Temas de Comunicación* N° 45, junio-diciembre. Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación, Universidad Católica Andrés Bello. Pp. 31-53. Recuperado en: <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/5888/5397>
- TORREALBA, Mariela (2019): *Día Internacional del Migrante: 18 de diciembre de 2018 ¿Qué dijeron los medios periodísticos venezolanos?* Caracas: Medianálisis.
- UCAB/UCV/USB (2017): *Encuesta Nacional sobre Condiciones de Vida (ENCOVI)*. Caracas.
- VANDIJK, Teun A. (2003): *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- _____ (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós, Barcelona.
- _____ (coordinador) (2007): *Racismo y discurso en América Latina*. Barcelona: Gedisa Editorial.

LA DIÁSPORA VENEZOLANA EN INSTAGRAM

DOSSIER

PAÍS	COBERTURA	CUENTA	ENLACE	CONTENIDOS
Estados Unidos	Chicago	@venezolanaenchicago	https://www.instagram.com/venezolanaenchicago/	Información sobre trámites legales, guías de como iniciar la vida en sentido financiero y cultural.
	Nueva York	@venezolanosennewyorkT	https://www.instagram.com/venezolanosennewyork/	Medio de comunicación de noticias, información del gobierno sobre el caso migratorio venezolano, alquileres y sitios de comida
	Miami	@venezolanosenmiamieeuuu	https://www.instagram.com/venezolanosenmiamieeuuu/	Información de interés empleo, inmigración, turismo, gastronomía, eventos, guías de grupos. Centrado más en información de la actualidad, noticias. Apoyo a la comunidad
	Orlando	@venezolanosenorlando	https://www.instagram.com/venezolanosenorlando/	Información principalmente del estado de Florida y noticias importantes para venezolanos, trámites, leyes, información el clima y desastres naturales, adaptación cultural
España	País completo	@somospanasespana	https://www.instagram.com/somospanasespana/	Información sobre trámites legales, directorio de emprendimientos, postulaciones de trabajo, guías de como iniciar la vida en sentido financiero y cultural
	Madrid	@venezolanos_en_espana	https://www.instagram.com/venezolanos_por_espana/	Perfil en el que hay guías de vivencias, consejos y ayuda en trámites legales. Información de trabajos y lugares indispensables para adaptarse
	Madrid	@venezolanos.es	https://www.instagram.com/venezolanos.es/	Información de interés empleo, inmigración, turismo, gastronomía, eventos, guías de grupos. Centrado más en información de la actualidad, noticias.
Colombia	País entero	@venezolanosencolombia01	https://www.instagram.com/venezolanosencolombia01/	Empleos, alquileres, información de Venezuela, noticias de los procesos migratorios y recomendaciones.
Argentina	País entero	@venezolanosenargentinaoficial	https://www.instagram.com/venezolanosenargentinaoficial/	Información sobre trámites legales, guías de como iniciar la vida en sentido financiero y cultural.
	País entero	@venezolanosenargentina_	https://www.instagram.com/venezolanosenargentina_/	Información de eventos, procesos legales, empleos y publicidad.
	País entero	@argentinatoday	https://www.instagram.com/argentinatoday/	Información sobre noticias importantes para venezolanos, tramites, leyes, prevenciones ante el clima o desastres y la adaptación cultural. Publicidades.
Ecuador	País entero	@venezolanosenecuadoroficial	https://www.instagram.com/venezolanosenecuadoroficial/	Información sobre trámites legales, guías de como iniciar la vida en sentido financiero y cultural.
	País entero	@venezolanosenguayaquil	https://www.instagram.com/venezolanosenguayaquil/	Información de eventos, procesos legales, empleos y publicidades. Apoyo a la transición cultural y noticias de interés.
	País entero	@chamosenguayaquil	https://www.instagram.com/chamosenguayaquil/	Información sobre empleo, inmigración, turismo, gastronomía, eventos, guías de grupos. Centrado más en información de la actualidad, noticias. Apoyo a la comunidad
México	País entero	@venezolanosenmexico	https://www.instagram.com/venezolanosenmexicomx/	Información sobre trámites legales, eventos públicos, información política y desastres naturales
	País entero	@venezolanosenchile	https://www.instagram.com/venezolanosenchile/	Información sobre trámites legales, guías de como iniciar la vida en sentido financiero y cultural.
Chile	País entero	@venezolanosenchile2.0	https://www.tiktok.com/@venezolanosenchile2.0?t=8ZAr993T2Kz&r=1	Medio de comunicación de noticias referente a venezolanos en Chile, información del gobierno sobre el caso migratorio venezolano
	País entero	@venezolanos_en_chile	https://www.instagram.com/venezolanos_en_chile/	Información de interés empleo, inmigración, turismo, gastronomía, eventos, guías de grupos. Centrado más en información de la actualidad, noticias.
	País entero	venezolanosenchile.ve	https://www.instagram.com/venezolanosenchile.ve/	Información acerca de empleo, inmigración, turismo, gastronomía, eventos, guías de grupos. Centrado más en información de la actualidad, noticias.