

Migrants et COVID-19

Représentations médiatiques, autoreprésentations, communication institutionnelle

POLICY BRIEF

Cette policy brief fournit des réponses et des recommandations concernant trois questions principales :

Pendant la pandémie de COVID-19,

- **Comment les médias représentent-ils les migrants ?**
- **Comment les migrants se représentent-ils eux-mêmes ?**
- **Comment les établissements de santé ont-ils communiqué avec les migrants ?**

Introduction

De janvier à mai 2022, le projet H2020 ITHACA, financé par l'UE, a organisé une série de **policy council events** (PCEs). Ces événements ont été organisés pour permettre à des chercheurs, des décideurs politiques, des représentants d'institutions, des ONG et des associations locales de se réunir au niveau local, national et international.

Où: 8 pays, 12 villes et plus de 180 participants.



Qui a participé: des chercheurs en études migratoires, sociologues, anthropologues, historiens, associations de migrants, décideurs politiques, représentants d'agences de santé, politiciens, journalistes, représentants d'organisations locales, intergouvernementales et internationales, et juristes, tous convoqués par les partenaires d'ITHACA.



Comment: les réunions locales et nationales - qui se sont tenues en personne ou en ligne selon les conditions de la pandémie - ont été divisées en deux parties. Dans la première partie, les participants ont échangé des points de vue, des perceptions et des souvenirs personnels depuis l'apparition du COVID 19 en 2020 et ils ont discuté les représentations médiatiques de la pandémie, en particulier celles qui concernent les migrants, en se concentrant notamment sur les médias sociaux. Au cours de la deuxième partie, les participants ont échangé leurs points de vue sur la manière dont les institutions ont communiqué avec les migrants et ont suggéré des recommandations pour les décideurs politiques.

Cette action fait partie du projet ITHACA qui vise à analyser les migrations du Moyen-Âge à nos jours, dans un cadre historique rigoureux, et à rendre ses résultats accessibles via une plateforme web.

Cela permettra aux migrants, aux chercheurs, aux praticiens et aux décideurs politiques de travailler avec une base de données numérique de récits, de documents et de sources d'archives.

Le consortium accorde une attention particulière à l'impact au niveau politique et social afin de transformer les récits et les politiques sur la migration.

Les thèmes, les pratiques et les discours développés dans les conseils politiques d'ITHACA étaient liés à des contextes géographiques, sociaux et économiques différents ; toutefois, les réactions des parties prenantes ont montré quelques points importants d'uniformité en termes de problèmes, d'opportunités et de recommandations.

Cette policy brief représente les points de vue des partenaires du projet ITHACA. Le soutien du programme Horizon 2020 que le projet reçoit pour ses publications ne constitue pas une approbation de leur contenu, qui reflète uniquement les opinions des auteurs. La Commission européenne ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations contenues dans ce document.

PRINCIPALES CONCLUSIONS (1)

Représentations médiatiques des migrants à l'époque du COVID-19

De la surreprésentation des migrations au silence

Ce tournant médiatique s'est amorcé au début de la pandémie de COVID-19.

La propagation du virus et ses conséquences sont devenues la nouvelle urgence (souvent politisée), remplaçant la migration comme sujet majeur de l'attention des médias.

Les espaces médiatiques qui avaient été laborieusement construits pour se concentrer sur les communautés de migrants sont devenus marginaux, bien que brièvement.

Après le choc initial, et alors que la migration refaisait peu à peu surface dans le discours des médias, la couverture tendait généralement vers le sensationnalisme et adoptait une approche basée sur "ce que les gens veulent entendre". Les médias ont rarement fait preuve de sensibilité dans leur approche en ne présentant pas le fait que le COVID-19 pouvait affecter les communautés de migrants de manière inégale.

Évolution des représentations médiatiques

Lors du déclenchement de la pandémie (février-mars 2020), les médias ont apporté leur contribution au processus « d'ethnisation » du virus, ciblant d'abord des communautés spécifiques (par exemple le virus "chinois", mais aussi les "Italiens", les "Européens"), mais aussi les migrants en général, qui étaient présentés comme **plus vulnérables à la maladie et donc comme des propagateurs potentiels du virus**. Après cette première phase, une indifférence générale s'est manifestée à l'égard des conditions des migrants par rapport à l'urgence sanitaire. Toutefois, après la propagation de la maladie dans le monde entier, ce manque d'intérêt **n'a pas modifié le cadre stéréotypé** dans lequel s'inscrit généralement le discours médiatique sur la migration. Même lorsque les médias grand public se sont efforcés de représenter la réalité des migrants, ils ont souvent offert une compréhension unidimensionnelle de leurs problèmes, **sans prêter attention à la réalité et aux expériences quotidiennes des migrants, ou en leur accordant une attention très limitée**.

Néanmoins, quelques histoires constructives ont été rapportées au niveau local et régional, comme la contribution disproportionnée du personnel de santé issu de l'immigration aux secours apportés dans le cadre de l'opération COVID-19.

De l'incertitude à la désinformation

Les acteurs de la désinformation, surtout sur les médias sociaux, ont adapté leurs récits existants aux nouvelles circonstances et en ont développé de nouveaux. Les idées préconçues relayées à tort par les médias grand public et sociaux exacerbent les stéréotypes existants à l'égard des migrants et de certaines communautés ou contribuent à la propagation de rumeurs. Cette tendance a été renforcée par une grande **incertitude au niveau mondial** : COVID-19 « a surpris » des scientifiques, mais aussi des institutions, des migrants et des résidents. Alors que l'histoire est marquée d'épidémies, même au cours des derniers siècles et décennies, cette impréparation a constitué un terreau fertile pour les **acteurs de la désinformation, qui ont ainsi pu créer un puissant et dangereux lien entre les préoccupations en matière de santé et les attitudes anti-migratoires**.

Dans tous les pays de l'initiative ITHACA, les médias ont associé les migrants à la propagation continue du COVID-19 :

- En **Italie**, les images des soi-disant « barques de quarantaine » sont devenues récurrentes. Pendant la pandémie, les flux ont diminué et de nombreux migrants ont pris la route inverse. Étant donné que les Italiens figuraient parmi les populations les plus touchées dans les pays occidentaux, les représentations

stéréotypées et préjudiciables des migrants ont cessé pendant un certain temps, pour revenir immédiatement après l'urgence. Les médias communiquaient principalement des données non contextualisées et donc difficilement lisibles.

- En **France**, le PCE a confirmé que la perception des migrants comme principaux propagateurs du virus était courante. Après que l'Agence européenne des médicaments (EMA) a approuvé les vaccins anti-covid en décembre 2020, la référence aux migrants a été liée à la question de leur accès à la vaccination, en se concentrant uniquement sur l'hésitation de certains individus étrangers, groupes et communautés plutôt que sur l'inégalité dans l'accès à la vaccination.
- En **Jordanie**, où le pourcentage de réfugiés est très important, les récits des médias grand public ont renforcé l'hostilité à l'égard des réfugiés, en particulier des Syriens, qui ont été perçus et décrits comme les principaux bénéficiaires de l'aide humanitaire au détriment de la population jordanienne.
- En **Azerbaïdjan**, les participants au PCE ont souligné que les médias ne couvraient jamais les besoins et les droits des migrants, même avant la pandémie.
- Aux **Pays-Bas**, les participants ont témoigné de l'existence d'un vaste environnement médiatique dans lequel certains médias attirent des lecteurs/télespectateurs spécifiques ayant les mêmes opinions politiques. Sur les médias sociaux, cependant, les créateurs migrants ont remis en question les représentations stéréotypées des médias grand public avec leur propre contenu.
- En **Tunisie**, la diffusion d'images de travailleurs de la santé confrontés à des conditions de travail insupportables a entraîné une forte mobilisation en faveur des communautés de réfugiés. Ces représentations médiatiques ont entraîné un grand mouvement de volontaires en leur apportant un soutien moral et financier, en dépit des failles sociétales et gouvernementales qui sont remontés à la surface.
- Au **Maroc**, l'essentialisation et les discours stéréotypés sur les migrants sont apparus. Les médias se sont montrés généralement indifférents au sort des migrants, la question de la migration n'étant soulevée qu'à certaines occasions, comme la Journée de la migration. L'ignorance du public sur la maladie a conduit à faire des migrant subsahariens les boucs émissaires de la propagation du virus.
- En **Grèce**, au début de la pandémie, des déclarations officielles ont exprimé la crainte que le virus ne se propage par l'intermédiaire de migrants en provenance d'Iran et d'Afghanistan. Les images des quarantaines dans les camps de réfugiés, associées aux visites d'employés de l'Organisation Nationale de la Santé Publique (ONSP) portant des uniformes spéciaux, ont renforcé l'isolement de certains migrants tout en les diabolisant.

Médias sociaux

Les plateformes de médias sociaux ont joué un rôle accru pour toutes les parties prenantes et dans tous les pays du projet ITHACA au cours de la période 2020-2022. Depuis le début de la pandémie, des espaces tels que Facebook, Instagram, Twitter, YouTube et TikTok ont été les principales plateformes pour lancer des messages (d'urgence), pour débattre des règlements et des vaccins, pour se représenter et se connecter avec des gens partageant des contextes locaux, nationaux ou internationaux.

Les médias sociaux ont joué un rôle essentiel, facilitant à la fois la communication et l'accès à l'information dans plusieurs langues et de manière plus immédiate. En outre, les migrants et les associations ont souvent utilisé les médias sociaux pour renforcer les liens entre les migrants et les campagnes d'information et de sensibilisation sur l'isolement ou les conditions difficiles auxquelles sont confrontés les sans-papiers (et) dans les camps de réfugiés et les centres d'accueil. Dans des pays comme Azerbaïdjan, les médias sociaux se sont révélés être la principale source d'information sur la vie sociale dans des villages autrement isolés. Les outils numériques et les médias sociaux sont devenus un canal pour des activités qui étaient auparavant menées différemment, parfois même en forçant les règles : un exemple partagé par un avocat est leur utilisation pour l'envoi de documents officiels par des personnes isolées ayant un accès difficile aux bureaux publics, aux institutions et aux centres d'accueil. Les outils numériques et les médias sociaux ont été pour de nombreuses personnes le principal outil de communication grâce auxquelles ils ont pu poursuivre leur travail.

Facilitant le lien entre les associations de migrants et les ONG, les médias sociaux ont également aidé à surmonter l'isolement. De nombreux praticiens de la migration ont indiqué que les médias sociaux étaient devenus l'outil le plus efficace pour atteindre les autorités.

Cependant, les réfugiés et les sans-papiers qui ont tendance à éviter les médias sociaux afin de ne pas s'exposer aux autorités, se sont retrouvés parfois

encore plus isolée. Les médias sociaux ont contribué à la circulation des stéréotypes et des fausses nouvelles sur les migrants, en particulier en ce qui concerne les informations scientifiques supposées, ce qui conduit à ne pas traiter les résultats scientifiques de manière nuancée et contribue à perpétuer une rhétorique haineuse à l'encontre des migrants.

Cela dit, des plateformes comme TikTok pourraient également être un outil permettant aux migrants de répondre aux tropes problématiques des médias grand public.

« Les gens se fient généralement aux médias sociaux pour se faire une idée du virus et des migrants, ce qui a donné lieu à des opinions confuses, peu claires et irresponsables. » (PCE local, Azerbaïdjan)

« Les acteurs eux-mêmes ont adopté une stratégie de recherche de l'invisibilité dans les espaces publics en raison de la présence accrue des autorités qui surveillent les mouvements des individus dans le contexte de la pandémie. C'est donc vers les réseaux sociaux que ces réfugiés minoritaires se sont tournés pour s'appuyer sur des groupes d'entraide, pour se tenir informés ou pour rester en contact avec leurs parents/amis dans leur pays d'origine. » (Contribution en ligne d'Amman lors de l'ECP locale en France)

« Malgré tous les efforts, les médias sociaux ont commencé comme source chaotique d'informations, qu'elles soient vraies ou fausses, et se sont transformé peu à peu en un système plus organisé et un canal de communication fiable. Le début de la pandémie a été marqué par la solidarité intracommunautaire et l'auto-organisation grâce à l'utilisation des médias sociaux - WhatsApp principalement - pour s'entraider pendant la pandémie. D'un autre côté, la haine a prospéré sur les médias sociaux. » (PCE national, Tunisie)

PRINCIPALES CONCLUSIONS (2)

Autoreprésentations des migrants pendant la pandémie de COVID-19

Bien que les médias sociaux puissent être mobilisés comme outil d'interaction avec les communautés locales, comme outil de diffusion d'informations liées à la santé et comme outil de contact avec les collectivités éloignées et plus proches (communautés diasporiques) ils n'ont pas modifié de façon substantielle la perception publique des immigrants.

Les migrants ont parfois réussi à influencer l'opinion publique par des actes de solidarité envers la société (plutôt que par les médias sociaux) : par exemple, la communauté chinoise italienne a fait don de milliers de masques au public, améliorant ainsi son image dans une période d'antagonisme remarquable à l'égard des étrangers.

La représentation des demandeurs d'asile et des réfugiés dans les médias grand public n'a toutefois pas changé de manière substantielle.

Dans certains cas, la pandémie a entraîné une refonte de l'identité des migrants par rapport à leur pays d'origine. En Italie notamment, au cours de la première phase, ils ont souvent été considérés comme les témoins des développements tragiques du COVID-19, quand le pays a été l'un des premiers à être touché par le virus.

Dans un deuxième temps, lorsque le COVID a touché ces pays également, on leur a demandé conseil. D'une certaine manière, le COVID a fait en sorte que certains migrants, pour la première fois, se sont sentis italiens aux yeux de leurs propres parents à l'étranger. En même temps, dans la plupart des cas, ils étaient toujours considérés comme des étrangers par les Italiens.

La plupart des partenaires ont signalé que l'utilisation des médias sociaux avait entraîné un changement structurel supplémentaire : étant le principal moyen de rester en contact, les migrants et les personnes vulnérables habituellement peu familiers avec la technologie étaient obligés d'apprendre la « lingua franca » des smartphones et des plates-formes. Dans le même temps, dans des pays comme l'Italie et le Maroc, les réfugiés et les migrants sans papiers ont toujours tendance à éviter cet outil de communication pour raconter leurs propres histoires personnelles par crainte des autorités. Les migrants ont mentionné que leur plus grande crainte était d'être poursuivis par la police pour absence de documents juridiques.

Au-delà de toute représentation et autoreprésentation des médias, pour la même raison, les migrants dont la situation juridique n'était pas entièrement réglée ont eu des difficultés bureaucratiques à accéder à la vaccination et aux soins de santé.

PRINCIPALES CONCLUSIONS (3)

Comment les institutions et les migrants ont-ils communiqué ?

Un défi sans précédent en termes de communication institutionnelle et scientifique a été relevé dans le monde entier lors des pandémies de COVID-19. En ce qui concerne la communication vers et avec les migrants, ce défi a posé de nouveaux obstacles, tout en offrant de nouvelles opportunités d'apprendre des mesures de remédiation, même en dehors des périodes d'urgence. Comme très souvent dans les situations d'urgence, pendant la pandémie, l'information a également circulé par des canaux *ascendants* plutôt que *descendants*, en particulier au niveau local, confrontant les autorités et les institutions locales à une double barrière, mais aussi à l'opportunité de révéler des expériences réussies et d'établir de nouvelles alliances.

Obstacles

Le niveau élevé d'incertitude et la complexité de l'absence de contenu relatif à la santé a constitué un énorme obstacle à la transmission d'informations correctes sur les mesures de protection, les comportements sûrs et l'accès aux soins de santé pour les institutions locales, nationales et internationales. Les problèmes linguistiques sont venus compliquer la situation : très souvent, la communication institutionnelle ne prévoyait pas d'informations multilingues et multiculturelles, ce qui créait des barrières linguistiques pour les migrants et renforçait le sentiment de méfiance à l'égard des institutions, ainsi que la diffusion d'informations erronées et de désinformations.

Plus généralement, étant donné le rôle crucial que jouent Internet et les médias sociaux dans l'information de l'ensemble de la population, une autre barrière structurelle est apparue : l'approfondissement du fossé numérique. Ceux qui n'avaient pas accès aux outils numériques et ne possédaient pas de compétences numériques, ne pouvaient pas accéder à l'information et aux services en temps réel et étaient poussés encore plus loin aux marges de la société. D'autre part, l'utilisation forcée d'outils en ligne a amélioré le niveau de littéracie des personnes qui ne maîtrisaient pas le

numérique. Enfin, un obstacle structurel important à un échange bilatéral efficace entre les migrants et les institutions est d'ordre juridique : le manque de protection au sujet de la confidentialité des migrants, qui limite leur volonté de partager leur témoignage ou même d'oser demander de l'aide ou des conseils aux institutions locales, en particulier dans le cas des réfugiés et des demandeurs d'asile.

« Lorsque les premières mesures relatives à la pandémie/lockdown ont été annoncées – c'est-à-dire de rester à la maison, de garder la distance, de se laver les mains – les migrants n'ont pas toujours reçu l'information de la même manière que les autochtones. Par conséquent, certaines mesures n'ont pas été aussi bien appliquées dans les communautés de migrants, car la communication dans leur langue n'expliquait pas les protocoles locaux. » (PCE nationale de Grèce)

"Comment communiquer que l'on est malade mais asymptomatique en cas de barrières culturelles profondes ? Comment communiquer la nécessité d'un laissez-passer vert ? » (PCE local de l'Italie)

« L'information orale, en face à face, est plus efficace. D'autres outils ont été utilisés : les organisations ont eu recours à des affiches s'adressant à différents groupes de population et à des discussions en ligne.

La municipalité d'Athènes a recueilli les questions des migrants et a ensuite organisé une discussion en ligne avec le ministère de la santé pour y répondre. Cependant, l'accès à l'information n'est pas un luxe mais un droit. C'est pourquoi une stratégie nationale incluant les populations migrantes est nécessaire. » (Grèce)

Médiateurs

Deux facteurs principaux ont facilité l'échange d'informations pendant la pandémie : les canaux médiatiques – en particulier les médias sociaux ; et les praticiens qui travaillent et font du bénévolat dans les ONG et les organisations de la société civile (OSC) et qui sont en contact direct avec les migrants sur le terrain.

En ce qui concerne les **canaux médiatiques**, en dehors des puissants médias sociaux et des sites web « restez à la maison », d'autres véhicules d'information efficaces ont été les programmes télévisés/les actualités, la radio, les podcasts, les lignes d'assistance téléphonique, des affiches et, dans certains cas, des mégaphones le long des zones d'installation des migrants. Outre les médias sociaux, les messages audio et vidéo se sont révélés particulièrement efficaces. Pour surmonter les obstacles linguistiques rencontrés par les institutions au cours de la première phase de la pandémie, les organisations intergouvernementales, les États et les organisations locales ont déployé des efforts considérables au cours de la deuxième phase de la pandémie. Les médias sociaux se sont révélés être un outil important pour communiquer avec les migrants au sujet des campagnes de vaccination.

Tous ces canaux se sont adaptés aux discussions sur la désinformation. Après la levée progressive des restrictions liées au COVID-19, davantage d'interventions sur le terrain ont été menées pour réduire le flux écrasant et épuisant d'informations en ligne. La présence de facilitateurs sur le terrain a été déterminante : elle a permis de combler les lacunes en matière de communication institutionnelle avec les migrants et les communautés de migrants au sujet des campagnes de vaccination et des mesures gouvernementales. Les **ONG et les OGC** ont apporté leur contribution pour combler ce vide, jouant ainsi un rôle crucial dans l'échange d'informations. Les informations officiellement traduites à l'intention des migrants ont donc été transmises par des personnes en qui les migrants ont confiance, dans le cadre d'un effort commun incluant les autorités locales.

Cela confirme les données recueillies par les principales

organisations internationales actives dans le domaine de la migration et de la santé (Charania, 2020) :

l'engagement avec les membres et les organisations de la communauté est le moyen le plus efficace de concevoir des interventions pour répondre aux besoins des migrants et des réfugiés.

Dans le même ordre d'idées, l'importance des ONG et d'autres organisations en contact direct avec les migrants a confirmé la pertinence de ces acteurs en tant que **collecteurs et conservateurs de données** sur les migrants, y compris d'informations personnelles.

« Ces établissements constituent un lien solide entre les migrants et les institutions gouvernementales ; ils transmettent directement aux migrants les instructions des autorités locales, ce qui en fait les sources d'information les plus disponibles et les plus crédibles.

*La coordination entre les différents acteurs sociaux et les institutions publiques a permis de favoriser la communication entre le gouvernement et les migrants »
(Tunisie)*

"Les représentants des associations de migrants sont préoccupés par les données officielles fournies par les institutions et les données qu'elles collectent sur le terrain.

Cela est lié à la représentation des migrants dans les médias grand public, qui ont tendance à utiliser principalement des données officielles et gouvernementales". (Maroc)

Au cours des ECPs organisées en **Italie**, tant au niveau local que national, les participants ont souligné que le manque de communication institutionnelle à l'intention des migrants était un problème avéré, même pendant la période pré-pandémique. Des organisations internationales et nationales (HCR, ARCI) ont lancé un site web pour fournir des informations en 14 langues sur l'urgence COVID-19 aux réfugiés, aux demandeurs d'asile et aux migrants, en expliquant les mesures d'hygiène et de prévention (Lancet Situational Brief, 2020).

-
- En **Tunisie**, les participants ont souligné le manque de crédibilité des autorités en matière de migration au cours des dernières années, même si elles ont fait des efforts en renouvelant automatiquement les cartes de séjour des migrants pendant les quarantaines.
- Au **Maroc** et en **Grèce**, les représentants des autorités ont exprimé leur préoccupation sur la question de la communication avec les migrants au moment de la pandémie. Au **Maroc**, une partie prenante de l'ECP (du gouvernement) a indiqué que, dans le cadre de la stratégie nationale de lutte contre la pandémie, le gouvernement avait mis en place un programme de sensibilisation à la pandémie. Dans le cadre de la Stratégie nationale pour l'immigration et l'asile (SNIA), les campagnes gouvernementales comprenaient des stratégies de communication sous forme de capsules vidéo préenregistrées. Toutefois, les réactions des représentants des migrants et d'autres parties prenantes ont indiqué que cette politique n'a pas réussi à atteindre un large public. En **Grèce**, les représentants de l'organisme qui a coordonné la stratégie nationale de lutte contre le COVID-19 ont déclaré que les institutions étaient en mesure d'instaurer un sentiment de confiance avec les migrants hébergés dans les centres officiels d'accueil des réfugiés. La municipalité a collaboré avec l'ONPV afin de vacciner les migrants. La ville d'Athènes a également créé un réseau de municipalités dans son arrière-pays urbain, afin d'échanger des expériences et des bonnes pratiques.
- Aux **Pays-Bas**, Public Health Amsterdam (GGD Amsterdam) a travaillé avec des membres de communautés immigrées spécifiques pour réfléchir à la manière dont leurs données devraient être publiées - car certaines de leurs données établissaient un lien entre le COVID-19 et des communautés immigrées spécifiques - dans le but d'améliorer la communication en matière de santé tout en évitant la stigmatisation ethnique.
- En **France**, les étudiants migrants ont parlé de l'impact de la pandémie sur la santé et les conditions de travail des étudiants internationaux, dont certains ne disposaient pas de la technologie (par exemple, l'accès à l'Internet haute vitesse) pour assister aux cours ou accéder aux ressources éducatives. La fermeture des bibliothèques, des parcs ou des gares a eu un impact considérable sur l'accès public à Internet.

DES RECOMMANDATIONS POUR MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES MIGRANTS :

Que doivent faire les parties prenantes ?

1. La communication publique doit être accessible à tous sur le plan linguistique et culturel

- Renforcer l'implication des communautés dans les processus d'organisation et de prise de décision et dans l'analyse des besoins
- Ciblez votre public en fonction de ses valeurs et de ce qu'il juge important.
- Tenez compte de l'endroit où votre public consomme l'information
- Traduire les informations dans toutes les langues parlées sur un territoire
- Améliorer le réseau local de services de médiation interculturelle, linguistique et culturelle
- Communiquer de manière cohérente, brève et non ambiguë
- Employer des méthodes de diffusion multiples et pertinentes : des médias sociaux populaires (par exemple, TikTok pour cibler les jeunes migrants Facebook pour cibler les plus âgés), aux messages audio-vidéo plus traditionnels, les centres d'appel et les activités publicitaires, des événements participatifs pour l'échange d'informations
- Utiliser les protocoles d'information validés existants.

2. La désinformation et la discrimination doivent être défiés activement

- Cartographier les différences : des communautés différentes ont des préjugés culturels différents
- Contextualiser, traiter et surmonter les images stéréotypées au sujet des migrants
- Transformer le cadre narratif de la "victime-méchant-héros" à "personnes-principes-politiques" dans diverses plates-formes et contextes
- Honorer les histoires de succès impliquant des travailleurs de la santé, des hôpitaux et des organisations liées aux migrants

3. La communication institutionnelle et politique est essentielle

- Promouvoir et mettre en œuvre la communication interculturelle au niveau institutionnel
- Déconstruire les stéréotypes, par exemple en affirmant le droit à la libre circulation, ou la remise en cause de l'idée selon laquelle les migrants sont une source d'épuisement des ressources institutionnelles
- Apprécier le rôle des médiateurs, qu'il s'agisse d'institutions publiques, d'ONG internationales ou d'associations nationales et locales.
- Valoriser les récits de migrants individuels en tant qu'agents d'échange d'informations et de politiques
- Traiter les problèmes de "conflits entre droits", par exemple droit en matière de logement vs droits en matière de santé
- Améliorer la numérisation dans le secteur administratif
- Créer une base de données numérique officielle pour partager les données entre les gouvernements et les ONG et mettre l'informations à la disposition du public.

Références

Autres documents de référence sur le thème des médias, des migrants et de l'accès à l'information

- [Butcher P. and Neidhardt A-N \(2020\). Fear and lying in the EU: Fighting disinformation on migration with alternative narratives](#)
- [Fouskas T. and Koulierakis G. \(2022\). Demystifying Migration Myths: Social Discourse on the Impact of Immigrants and Refugees in Greece.](#)
- [Fouskas T, Koulierakis G, Mine F-M, Theofilopoulos A, Konstantopoulou S, Ortega-de- Mora F, Georgiadis D, Pantazi G \(2022\). Racial and Ethnic Inequalities, Health Disparities and Racism in Times of COVID-19 Pandemic Populism in the EU: Unveiling Anti-Migrant Attitudes, Precarious Living Conditions and Barriers to Integration in Greece.](#)
- [ILO \(2020\). Protecting migrant workers during the COVID-19 pandemic - Recommendations for Policy-makers and Constituents](#)
- [IOM \(2021\). Labour mobility and skills in response, recovery and post COVID-19 pandemic](#)
- [Lancet Migration \(2020\). Situational and policy briefs: COVID-19 and migration](#)
- [Lixi L \(2020\). Crossing the research-policy boundary](#)
- [OECD \(2020\). Managing international migration under COVID-19](#)
- [Think20 \(2020\). Vaccinations for migrants and refugees during and after COVID-19](#)
- [UN \(2020\). COVID-19 and People on the Move](#)
- [UN Network on Migration \(2020\). Enhancing Access to Services for Migrants in the Context of COVID-19 Preparedness, Prevention, and Response and Beyond](#)

Contacts

Titre complet du projet: ITHACA, Interconnecting Histories and Archives for Migrant Agency: Entangled Narratives Across Europe and the Mediterranean Region

Durée: January 1, 2021 – March 31, 2025

Financement du projet : H2020-SC6-MIGRATION-09-2020

Coordinateur: University of Modena and Reggio Emilia

Contact principal du coordinateur : Matteo Al Kalak (matteo.alkalak@unimore.it), Maria Chiara Rioli (mariachiara.rioli@unimore.it)

Remerciements

Ce document est le fruit de la collaboration d'environ 180 parties prenantes, dont les rédacteurs reconnaissent être les auteurs.



Ce projet a reçu un financement du programme de recherche et d'innovation Horizon 2020 de l'Union européenne dans le cadre de la convention de subvention n° 101004539.