



International Organization for Migration (IOM)
The UN Migration Agency



Hoja informativa Nº 8 La información sobre los migrantes y la migración en los medios de comunicación*

Los medios de comunicación pueden desempeñar un papel importante a la hora de configurar la manera en que las personas, incluidos los responsables de la formulación de políticas y los migrantes, conciben y actúan con respecto a la migración. En el Capítulo 8 se examina la información sobre los migrantes y la migración en los medios de comunicación. El análisis se vale de las investigaciones existentes en distintos países y aborda cuatro preguntas principales: 1) ¿Qué dicen los medios de comunicación de todo el mundo sobre la migración y los migrantes? 2) ¿Qué consecuencias acarrea esta cobertura de los medios de comunicación para las opiniones y acciones del público, los responsables de la formulación de políticas y los propios migrantes?

3) ¿De qué manera inciden las prácticas periodísticas en dicha cobertura? 4) ¿Qué repercusiones tienen las experiencias recientes de los medios de comunicación y la migración para las investigaciones y prácticas futuras? Los autores afirman que las variaciones de la cobertura mediática de la migración reflejan en parte diferencias considerables en la forma en que operan los sistemas de los medios de comunicación de los países.

PUNTOS CLAVE:

- Los datos empíricos muestran que la cobertura mediática de la migración ha adoptado un tono más negativo que positivo, especialmente en el caso de la migración irregular. No obstante, cabe señalar que esta cobertura negativa en los medios de comunicación no se aplica exclusivamente a la migración, pues los periodistas tienden a hacer hincapié en los problemas en la mayoría de ámbitos. Del mismo modo, hay excepciones a la tendencia de difundir "malas noticias", y se observa una ligera inclinación hacia una cobertura más positiva —o al menos más neutral— de la migración en varios países de destino y de origen.
- Los cambios en los medios de comunicación tradicionales y la proliferación de los medios de comunicación social ofrecen oportunidades para instaurar medios de comunicación y prácticas periodísticas dirigidas por los migrantes. Estas incluyen oportunidades para que los migrantes produzcan y promuevan sus propios contenidos destacando los aspectos positivos de la migración.

- Los medios de comunicación proporcionan importantes fuentes de información sobre el tamaño y la naturaleza de las poblaciones migrantes, y ello incide en la opinión pública. Las diferencias entre las percepciones y la realidad son esenciales para configurar la opinión pública. Además de incidir en lo que el público piensa sobre la migración, los medios de comunicación también pueden influir en las agendas de los responsables de la formulación de políticas.
- La cobertura de los medios de comunicación puede incluso afectar a la manera en que los migrantes se perciben y describen a sí mismos, y la forma en que se relacionan con los países de acogida, así como su opinión sobre los países de origen. Además, puede repercutir en las realidades mediatizadas y la decisión de migrar.
- Las prácticas periodísticas inciden en la información que los medios de comunicación difunden sobre la migración; desde los contextos económicos y sociales en los que existen, hasta las decisiones diarias que toman los editores y profesionales.

Cambiar la narrativa sobre la migración: ¿una opción comercial?

Una respuesta a la cobertura de rechazo hacia los migrantes en la prensa británica ha sido la campaña Stop Funding Hate, dedicada a impedir la financiación del odio. La campaña ha centrado sus esfuerzos en las empresas que se anuncian en medios de comunicación cuya narrativa se considera que alimenta deliberadamente una imagen negativa de los migrantes con el objetivo de promover cambios a través de una opción económica. Por ejemplo, la campaña afirma haber logrado persuadir a Lego® de que ponga fin a una asociación corporativa con el Daily Mail. Sin embargo, los detractores de esta estrategia consideran que esto sienta un precedente preocupante para la democracia liberal, pues se alienta a las grandes empresas a utilizar su presupuesto publicitario para ejercer presión sobre las políticas editoriales de las agencias de noticias¹.

¹ Ponsford, D. (2016). *Seeking an advertising boycott of newspapers you disagree with is an illiberal way to promote liberal values* (Promover un boicot publicitario de los periódicos con los que no se está de acuerdo es una forma antiliberal de promover valores liberales). The Press Gazette, 11 de noviembre. Disponible en <http://www.pressgazette.co.uk/seeking-an-advertising-boycott-of-newspapers-you-disagree-with-is-an-illiberal-way-to-promote-liberal-values>.

CONSECUENCIAS:

- Es preciso fomentar el entendimiento de las siguientes cuestiones:
 - El papel de los medios de comunicación en los países de tránsito y de origen, y, en particular, el uso que los propios migrantes hacen de los distintos tipos de medios de comunicación y sus preferencias a este respecto. Ello resulta especialmente importante para entender la manera y el grado en que las fuentes de información determinan las percepciones.
 - El grado de incidencia de los diferentes tipos de mensajes y emociones en las percepciones públicas y la actividad política. Los estudios aplicados pueden ayudar a distintos grupos a elaborar intervenciones de comunicación que sean más efectivas para los públicos y los temas que se tratan.
 - Los diferentes sistemas de medios de comunicación y la manera en que pueden (o no) producir distintos tipos de contenidos sobre la migración.

¿Qué actividades ha emprendido Naciones Unidas con respecto a la migración y los medios de comunicación?

La Iniciativa JUNTOS (www.together.un.org) es un esfuerzo mundial para movilizar a las Naciones Unidas, los Estados Miembros, la sociedad civil, el sector privado y los investigadores en actividades comunitarias que promuevan la solidaridad hacia los migrantes y refugiados. Utiliza un amplio abanico de medios de comunicación para mostrar los beneficios compartidos de la migración y reconocer las preocupaciones legítimas de las comunidades de acogida. El propósito de la Iniciativa JUNTOS es entablar un diálogo con las comunidades de todo el mundo, particularmente a través de las historias de los migrantes, y fomentar la colaboración con las mismas. La iniciativa, presentada en 2016, ha acogido y apoyado muchos eventos internacionales, incluidos festivales de cine, talleres y foros de deliberación.

**Nota de la Unidad de Traducción al Español de la OIM: Las hojas informativas se han traducido antes de la publicación de la versión en español del Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018. En consecuencia, algunos títulos y términos pueden diferir de los utilizados en dicho Informe.*

Puede acceder al informe en el siguiente enlace: <https://www.iom.int/world-migration-report-2018>

