

COMUNICAR LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE MIGRACIÓN

Una aproximación desde la Comunicación Estratégica

AGRIVALCA CANELÓN SILVA

El presente artículo tiene como finalidad brindar una aproximación de tipo exploratorio alrededor de los retos que implica para los gobiernos comunicar sobre la migración, a diferentes partes interesadas, desde el diseño y la ejecución de políticas públicas.

INTRODUCCIÓN

Si bien la migración encarna un fenómeno cuya impronta ha permanecido constante a lo largo de la historia de la humanidad, tras los albores del siglo XXI ha adquirido un relieve cada vez más prominente dentro de la agenda mundial de los asuntos públicos, con implicaciones políticas, jurídicas y administrativas a nivel nacional, regional e internacional, aunadas a connotaciones que, inclusive, han inscrito su dinámica, con signo de tendencia, en el conjunto de los riesgos globales, en especial tratándose del desplazamiento forzado de personas (Marsh y McLennan Companies, 2018).

De suyo, en la actualidad, prácticamente todos los países se hallan expuestos al impacto de los movimientos migratorios intra y extra-regionales, a tenor de una triple condición que los define como territorios de origen, de tránsito y de destino. En esta línea, basta citar los datos aportados por la Organización Internacional de Migraciones (OIM) en el *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022* (McAuliffe

y Triandafyllidou, 2021), según los cuales, hasta 2020, el número de migrantes internacionales ascendió a 281 millones, lo que supone un incremento sostenido durante las últimas cinco décadas. Al cabo de dos años, la cifra ha continuado en aumento, con el agravante, en tiempo reciente, de la crisis de refugiados provocada como consecuencia de la invasión rusa a Ucrania, totalizándose, a la fecha, cerca de 4,5 millones de personas que han abandonado sus hogares en ese país, de acuerdo con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) (Telam, 2022).

El panorama global de la migración entraña el imperativo de aumentar el compromiso y la cooperación internacional, amén de la solidaridad y la responsabilidad compartida, en apoyo de los planes de respuesta de los actores en los países receptores (gobiernos, empresas y sociedad civil), con miras a fortalecer las capacidades que aseguren condiciones mínimas de bienestar para los refugiados y migrantes (políticas sociales, migratorias y de seguridad), en su mayoría excluidos –principalmente aquellos bajo

DOSSIER

situación de irregularidad—, siendo objeto, con frecuencia, de diversas formas de explotación y abuso, resumidas, en últimas, en la vulneración de los derechos humanos (Guevara *et al.*, 2018).

En aras de la consecución de sus objetivos, las iniciativas desplegadas a nivel macro, meso y micro han de ser apropiadamente comunicadas, a sabiendas de que cada audiencia objetivo alberga un cúmulo determinado de percepciones, opiniones y actitudes en torno a la migración, los migrantes, los efectos de la migración y las políticas públicas para atenderla (Dennison y Vrânceanu, 2022).

La comunicación sobre migraciones constituye un ámbito de práctica profesional cuya especificidad requiere de una serie de conocimientos especializados que no siempre poseen los encargados de la formulación y la ejecución de las políticas públicas.

Ante este escenario, los funcionarios de gobierno pueden verse tentados a restringir la comunicación sobre el tema, recurrir a una comunicación selectiva para evitar conflictos, o, en su defecto, aplicar una comunicación *ad hoc* y reactiva, moldeando significativamente (ya sea con sus acciones u omisiones), la configuración de los estados de opinión pública, e influyendo en la viabilidad de las propias políticas en contextos específicos signados por un intenso escrutinio popular, en los que los procesos de movilidad y desplazamiento humano pueden llegar a tildarse como un asunto polémico y polarizante (Ahad y Banulescu-Bogdan, 2019).

Durante la última década, no pocas narrativas acerca de la migración que han dominado en los discursos políticos, los medios de comunicación y las redes sociales en todo el mundo se han centrado en patrones negativos (amenaza, crisis, alarma) con consecuencias inmediatas y difíciles de superar, traducidas en un clima de rechazo frente a las personas migrantes, refugiadas y solicitantes de asilo; la puesta en cuestionamiento de valores humanos universales; y los comportamientos de violencia hacia el “otro” (estigmatización, expresiones de xeno-

fobia y discriminación) (Garzón y Santamaría, 2018).

La carencia de datos, la descontextualización, la ausencia de evidencia en los contenidos informativos, la espectacularización mediática en la agenda global, el descuido en el uso de la terminología y los conceptos, el rápido crecimiento en la cantidad de fuentes de información disponibles gracias a la proliferación de los medios digitales y, en últimas, la desinformación generalizada, contribuyen a gestar y reforzar estereotipos perniciosos alrededor de los migrantes (Organización Internacional para las Migraciones-OIM, 2020; Huss, 2020). No en balde, los estudios de comunicación sobre movimientos migratorios se han concentrado, en mucho, en las representaciones que, de la migración y los migrantes, realizan los medios de comunicación, dada su condición de principales productores y reproductores de las narrativas públicas populares (Griffin y Griffin, 1995), en ocasiones tachadas de hiperbólicas, en función de atraer lectores o espectadores, pudiendo ser utilizadas por actores políticos en razón de intereses electorales (King y Wood, 2001; Blassnig *et al.*, 2019).

He aquí que, en tiempos de crecientes flujos migratorios, para los responsables de la formulación y la ejecución de políticas públicas se ha tornado crítica una comunicación estratégica sobre las migraciones, con vistas a explicar a la ciudadanía las decisiones en materia de política migratoria, los desafíos que ello entraña y sus propuestas para abordarlos de forma sostenible y humana, con sustento en el régimen de gobernanza de la migración que defiende la seguridad y los derechos de los migrantes, definidos en la legislación nacional y los tratados internacionales, y refrendados por el Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular, y el Pacto Mundial sobre los Refugiados (Dimitrova y Ozdora-Aksak, 2022; Dennison, 2022; Dennison, 2021; Dennison, 2020a; Agencia de Comunicación sobre las Migraciones de la Oficina Regional de la OIM, 2019).

Como tal, la investigación académica sobre la comunicación de migraciones ha encontrado asidero y desarrollo, mayormente, en los estudios de comunicación (en especial, de los me-

dios de comunicación), así como en el ámbito de las Ciencias Políticas, la Sociología y la Psicología Cognitiva (Broadhead, 2021), perfilándose escasa la investigación científica por lo que respecta a la Comunicación Estratégica. Tratándose de esta última, más bien, ha primado la evidencia experimental derivada de la ejecución de estrategias de comunicación por parte de los encargados de formular políticas, los representantes de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y los grupos de expertos, quienes han elaborado “guías de mejores prácticas” con recomendaciones para comunicar sobre la migración a las poblaciones de acogida (Dennison, 2019; Dennison, 2020a; Dennison, 2021; Dennison, 2022).

El texto que presentamos examina la literatura en la que la Comunicación Estratégica sirve como marco analítico de la comunicación sobre las migraciones, asumiendo como brújula de orientación para el desarrollo de los argumentos las siguientes preguntas: ¿Cómo comunicar sobre las migraciones?, ¿Cuáles son las características de las narrativas migratorias?, ¿Quiénes son los actores que construyen las narrativas migratorias?, ¿Qué impactos tienen las narrativas en las políticas públicas de migración?, ¿Cómo incorporar un enfoque de comunicación estratégica como parte esencial de la política pública migratoria?, ¿Qué recomendaciones se pueden hacer a los comunicadores que acompañan a los responsables del diseño y la implementación de las políticas públicas de migración?

COMUNICACIÓN SOBRE MIGRACIONES, NARRATIVAS Y ENCUADRES

La comunicación sobre migraciones constituye un ámbito de práctica profesional cuya especificidad requiere de una serie de conocimientos especializados que no siempre poseen los encargados de la formulación y la ejecución de las políticas públicas. De hecho, aun cuando buena parte de los gobiernos dispone de unidades o departamentos de comunicación dentro de la estructura de sus respectivas instituciones, ninguno o pocos integrantes de estos equipos han

recibido la formación necesaria o han desarrollado la experiencia de rigor para diseñar estrategias de comunicación en relación con el tema del desplazamiento humano y la integración social de población migrante. A tenor de esta situación, según lo indicado por Ahad y Banulescu-Bogdan (2019), los funcionarios técnicos de las entidades gubernamentales se han visto obligados, a menudo, a desarrollar campañas de comunicación *ad hoc*, así como actividades de relación con partes interesadas, dejando en manos de los comunicadores profesionales, simplemente, la edición y la difusión de los mensajes.

De por sí, en virtud de su complejidad, la migración es un tema difícil de abordar y, más aún, de comunicar. En este sentido, la limitación de capacidades y recursos de índole financiero, material y de conocimiento en el sector de gobierno obstaculiza, sobremanera, la conceptualización y el consiguiente despliegue de un proceso de comunicación coordinado con el diseño y la aplicación de políticas públicas. El panorama se agudiza más si se toma en consideración que varios actores intervienen, directa o indirectamente, en la dinámica de comunicación sobre migraciones, desde los Estados y los organismos internacionales, pasando por las entidades subestatales como regiones y ciudades, las organizaciones de la sociedad civil y los medios de comunicación, cada uno de los cuales envía mensajes diferentes que decantan en un discurso fragmentado (Sahin-Mencutek, 2020).

Así las cosas, al momento de exponer en los dominios de la esfera pública las políticas destinadas a atender y gestionar tanto las oportunidades como los retos planteados por el contexto migratorio, la comunicación emitida desde la Administración Pública puede ser planificada o espontánea, proponiéndose la consecución de diferentes tipos de objetivos de acuerdo con cuatro categorías declaradas por Ahad y Banulescu-Bogdan (2019), a saber:

- *Comunicación informativa:* se encamina a transmitir, de una manera neutral, datos fácticos y estadísticas relacionados con las políticas e iniciativas de integración de los

DOSSIER

migrantes, sopesando los costos y los beneficios.

- *Comunicación persuasiva*: se dirige a grupos específicos con el fin de conseguir cambios de opinión o, más allá, la generación de apoyo para un objetivo particular de política pública, una política pública como tal, o una iniciativa enmarcada en una política pública.
- *Comunicación inclusiva*: se dirige a las comunidades en su conjunto, con el propósito de proporcionar un terreno común para el encuentro social y el diálogo, el mejoramiento de la cohesión social y la promoción de la diversidad a largo plazo.
- *Comunicación reactiva*: se enfila a calmar los ánimos y mitigar la ansiedad de los grupos de interés luego de una crisis o emergencia migratoria.

[...] el desarrollo, la evolución y el impacto de las narrativas se han convertido en un factor primordial entre los responsables de la formulación e implementación de políticas públicas, habida cuenta de que influyen en cómo se percibe y se habla de los migrantes y de la migración

A los efectos de que los mensajes gocen de reconocimiento y receptividad, los comunicadores públicos recurren a las narrativas, vale decir, relatos que ayudan a dar sentido al asunto migratorio, articulando puntos de vista y representaciones selectivas en torno a este (omisión o exageración de ciertas partes), de tal modo de explicarlo. En palabras de Subotic (2016), las narrativas son fáciles de memorizar y recordar, incluyen supuestos sobre causalidad, y expresan matices en relación con actores, audiencias y agendas. Asimismo, auspician conexiones emocionales y personales, al tiempo que ostentan poder legitimador, amalgamando posiciones políticas, ideas y argumentos para la comunicación (Sökefeld, 2006; Collyer, 2008; Scheibelhofer, 2017).

A la luz de este planteo, el desarrollo, la evolución y el impacto de las narrativas se han convertido en un factor primordial entre los responsables de la formulación e implementación de políticas públicas, habida cuenta de que influyen en cómo se percibe y se habla de los migrantes y de la migración, lo que afecta el proceso de decisiones políticas, y, en último término, los resultados de la integración de los migrantes en la sociedad receptora (Garcés-Mascreñas y Pastore, 2022; McCombs y Shaw, 1972; Iyengar y Simon, 1993).

No en balde, desde una perspectiva de ciencia política (Schmidt, 2008; Schwartz-Shea y Yanow, 2011; Scuzzarello, 2015), se distingue entre la “esfera política” y la “esfera de la política”. En la primera, los actores con injerencia política (funcionarios, administradores, órganos judiciales, comisiones de integración, legisladores) concurren y hablan entre sí para la construcción activa de políticas, mientras que, en la segunda, los actores políticos involucran al público (partidos políticos, medios de comunicación, líderes de opinión, ONG, movimientos sociales, líderes comunitarios, activistas sociales, académicos, expertos y *think tanks*) en un discurso que emplaza la necesidad y la conveniencia de tales políticas, confirmando forma a las narrativas merced posicionamientos competitivos o complementarios.

Ambas esferas interactúan en el proceso de producción y adaptación de las narrativas de la migración, siendo estas tan diversas como las personas, las instituciones, el momento histórico y el contexto político que las gesta en asociación con otros temas como la economía, la vivienda, el orden público, la educación, el empleo, la cultura, la salud pública, entre otros (Sahin-Mencutek, 2020).

Si bien, por lo general, las élites políticas generan propuestas que luego comunican al público, también puede ocurrir que, como producto de la politización de temas particulares, la sociedad inste a las élites políticas a responder y solucionar problemas (Garcés-Mascreñas y Pastore, 2022).

A juicio de Ricorda (2022, mayo 6), en el campo de la formulación de las políticas migratorias, las narrativas encarnan un elemento de-

terminante de las identidades personales y comunitarias (uno mismo/nosotros frente a otro/ellos), las emociones (frustración, incertidumbre, miedo, odio y empatía), las actitudes (comprensión, aceptación, rechazo), y los comportamientos (solidaridad, discriminación), toda vez que son una fuente poderosa de percepciones. En este orden de ideas, su capacidad de influencia, conforme lo señalado por Garcés-Mascardes y Pastore (2022), depende del contenido (lo que se dice), del contexto en el que se desarrollan y circulan (por quién, para quién y para qué, dónde y cuándo), y del encuadre o marco (cómo se dice).

Las narrativas están basadas en marcos y, tratándose de la migración, las historias pueden enmarcarse, codificarse y silenciarse de innumerables maneras para brindar una visión concreta sobre la migración y/o los migrantes. Los marcos se definen como constructos comunicativos a través de los cuales las personas interpretan y clasifican la información para manejarla de manera eficiente. Cuando se activa un marco, actúa como un filtro en la forma en que un individuo procesa nuevas narrativas e información, estableciendo una percepción común compartida de un problema y del enfoque elegido para abordarlo (Noack, Wagner y Fogli, 2020).

En gran parte, los marcos son configurados por el lenguaje con el que se emite y se recibe la información, el cual apalanca narrativas hegemónicas o dominantes. En el caso de las migraciones, las narrativas hegemónicas están fundamentadas socio-históricamente y vinculadas institucionalmente al poder, pudiendo circular universalmente o en un espacio geográfico específico con arreglo a tres marcos que encajan en las denominadas “tres C”: Contribución, Compasión y Control (Ahad y Banulescu-Bogdan, 2019):

■ **Marco de “beneficios” (Contribución):** resalta los aportes positivos, reales o potenciales, que los migrantes hacen a la economía o la cultura de una sociedad. Las narrativas ceñidas a este marco pueden incluir historias de migrantes “merecedores”, quienes son emprendedores, trabajadores, llenan la

escasez de mano de obra, o tienen talentos y logros excepcionales.

Emplear un marco económico presenta a los migrantes como participantes activos y valiosos para la sociedad, por ejemplo, contribuyendo a los sistemas de bienestar social con sus impuestos, o abriendo nuevos mercados vinculados a sus países de origen (Bamberg, 2019). Kierans (2019) resume la contribución económica en los siguientes puntos:

— Los migrantes pueden traer diferentes habilidades y aptitudes, y transmitirlos a colegas no migrantes (y viceversa).

— La migración puede ser complementaria al comercio de bienes y servicios.

— Los migrantes pueden aumentar la competencia en mercados laborales particulares, incrementando el incentivo para que los nativos adquieran ciertas habilidades.

— Los empresarios migrantes pueden elevar la competencia y traer nuevas ideas a los mercados de productos.

— La diversidad en el lugar de trabajo puede aumentar la productividad y la innovación.

Según este marco, los obstáculos a la participación deben resolverse a través de políticas y acuerdos estatales que ayuden a los migrantes en su integración y emancipación (Dennison, 2021).

■ **Marco de “víctima” (Compasión):** retrata a los migrantes en una situación que obedece a una fuerza ajena a sus propias acciones y responsabilidad. Apela a argumentos relacionados con la desigualdad y la vulnerabilidad, enfatizando la protección con enfoque en los derechos humanos universales (refugiados o solicitantes de asilo) y la solidaridad internacional. Avala los discursos humanitarios, junto a los imaginarios de rescate y cultura de acogida (Andersson, 2018; Musarò, 2017; Ongenaert, 2019). Impulsa respuestas empáticas y compasivas en la sociedad anfitriona (Dennison, 2021). Puede reforzar el estereotipo de los migrantes como personas que exigen más de lo que están contribuyendo a la comunidad receptora, lo que podría socavar la solidaridad a largo plazo.

DOSSIER

■ *Marcos de “amenaza” o “villano” (Control)*: describe a los migrantes como cargas económicas, ya que compiten con los nativos por los escasos recursos públicos, afectando el mercado laboral al reducir los salarios o aceptar trabajos limitados. Incluye narraciones sobre la incompatibilidad cultural de los migrantes frente a las costumbres, la identidad y los valores dominantes de la sociedad de acogida. También puede enmarcar a los migrantes como criminales peligrosos o amenazas violentas al orden público. Justifica los controles dentro del país (documentos de identidad), o en la frontera (política de visas, restricción del número de migrantes, cooperación con terceros países para frenar la migración) (Broadhead, 2021). Enmarca la migración como un problema de seguridad y legitima la narrativa de crisis, fortaleciendo la división entre “nosotros” y “ellos”. Puede conducir a un mayor apoyo para los partidos antiinmigración: cuando una movilidad se define como “ilegal” da lugar a medidas diseñadas para detener o combatir esa “ilegalidad” (Bamberg, 2019). Las consecuencias potencialmente graves de estas narrativas pasan por obstruir la admisión y la integración, el acceso a derechos y recursos, así como las relaciones dentro y entre las comunidades, el sentido común de identidad y la solidaridad (Crawley & McMahon, 2016).

Según Noack, Wagner y Fogli (2020), para usar los marcos como soporte estratégico de la comunicación sobre migración, los responsables políticos deben comprender la importancia de los valores en la formación de actitudes. No en vano, las personas tienden a aceptar o rechazar información en función de si esta se corresponde o no con lo que sus círculos sociales e institucionales, experiencias personales y creencias subrayan como verdadero (sesgo de confirmación), reinterpretando la nueva información de manera selectiva para mantener los puntos de vista preexistentes acerca del mundo y las narrativas aplicables.

Como muestra, los ciudadanos proclives a la integración de los migrantes eluden los marcos

de la compasión y el control, ya que estos se alinean con las polaridades. Desde esta perspectiva, siguiendo a Dennison (2020b), es más probable que susciten simpatía los mensajes con una base de valores concordante con la de los destinatarios, mientras que los discordantes tendrán menos probabilidades de generar simpatía o, abiertamente, causarán antipatía. Así, cuando la comunicación de la política migratoria se enmarca en valores de autotrascendencia (universalismo y benevolencia), conforme los cuales todas las personas son iguales (derechos humanos) y, por ende, deberían tener acceso a las mismas oportunidades en la vida, es más probable que gane el apoyo de aquellos con posturas pro-migración (recaudación de fondos o movilización política). A contracorriente, cuando se encuadra en valores de conservación (seguridad, tradición o conformidad), es más probable que cuente con la anuencia de quienes ya se oponen a la migración (Dennison y Dražanová 2018).

Dada la orientación al equilibrio de valores entre quienes tienen actitudes moderadas hacia la migración, los encargados de la formulación y la ejecución de las políticas públicas migratorias, de cara a una comunicación más eficaz, matizada y productiva, deberían intentar movilizar, a través de los mensajes, los valores opuestos a los que ya están asociados a su argumento. De tal suerte, para los mensajes a favor de la migración, invocar la conformidad, la tradición, la seguridad y el poder. Entretanto, para los mensajes en contra de la migración, aludir al universalismo y la benevolencia. En suma, la búsqueda de un terreno común es clave para abordar las preocupaciones y las opiniones sobre la migración (The Mediterranean City-to-City Migration Project, 2019).

Los marcos y las narrativas son instrumentos discursivos de alta complejidad e incidencia en la comunicación sobre migraciones. Por ello, es menester prestar especial atención a este aspecto, propiciando discusiones fructíferas entre los distintos actores que intervienen en lo que Ricorda (2022, mayo 6) ha acuñado como la “gobernanza de las narrativas migratorias”, distribuida en tres niveles:

■ *Nivel internacional:* remite a las organizaciones internacionales que operan en la intersección de los Estados nacionales (Organización Internacional para las Migraciones, OIM; Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, Acnur). Participan en el diseño e implementación de la política migratoria con un enfoque de narrativas que incluye una visión de los movimientos transfronterizos como un problema global que debe abordarse de forma global; una valoración positiva de la migración como un proceso natural, humano e histórico, que debe gestionarse para beneficiar a las sociedades emisoras y receptoras, y a los migrantes por igual; un énfasis en la cooperación entre los Estados para el manejo de la migración, y la articulación de los vínculos entre la migración y otros campos políticos (como el desarrollo); una adhesión a los principios universales, incluidos los derechos humanos, pero también a las creencias de libre mercado, a través del reconocimiento de la necesidad de facilitar la circulación del trabajo en un mundo globalizado (Geiger y Péroud, 2014). Dan forma a contranarrativas dirigidas a la sociedad civil global, encaminadas a desafiar y combatir el discurso de securitización de los actores políticos que explotan el tema, principalmente con fines electorales. Invocan el imperativo humanitario de asistir y proteger a los migrantes, las víctimas de la trata de personas, los solicitantes de asilo y los refugiados, bajo el paraguas de la “solidaridad internacional” y la “responsabilidad compartida”.

Son una fuente de contenido para los medios de comunicación, al mismo tiempo que, cada vez más, se comunican directamente con los ciudadanos a través de las redes sociales y los sitios web (Atkin y Rice, 2013; Ihlen, Fjensschou y Larsen 2015; Powers, 2018).

Pueden disfrutar de mayor confianza y autoridad entre las poblaciones de refugiados en comparación con los medios de comunicación y los funcionarios estatales. Esto les da poder para la formación de coaliciones, la

intermediación y la promoción en la difusión narrativa (Pugh y Moya, 2020).

Sus narrativas pueden circunscribirse a “burbujas de comunicación” creadas por el personal internacional con ideas afines (Bruselas, Ginebra, Washington), quedando ajenas a las realidades de la mayoría (“efecto de silo”) e incapaces de analizar, concebir o reconocer cómo se desarrollan narrativas alternativas (Ricorda, 2022, mayo 6).

[...] Se pone de relieve la exigencia de trabajar a nivel multi-gobernanza e interinstitucional, en aras de dotar a la comunicación sobre migraciones de coherencia política. En tal sentido, las ciudades tienen la posibilidad de actuar como interfaces de coordinación, convocando e involucrando a una amplia gama de partes interesadas

■ *Nivel nacional:* hace referencia a los Estados y los gobiernos nacionales como actores centrales y dominantes en la narración de la migración, así como en el establecimiento de la agenda y el tono para la formulación e implementación de políticas. Dentro de este marco, la migración se representa, esencialmente, como un desafío ante el cual se deben proponer soluciones rápidas y prácticas. Contiene un enfoque intrínsecamente excluyente, por lo que las narrativas tienden a ser securitarias, moldeadas por la migración irregular (descontrolada), con un impacto muy específico en los debates políticos (Broadhead, 2021). Cuanto más amplia es la distorsión y la polarización en la sociedad, más impedidos se ven los formuladores de políticas para dictar la narrativa que enmarquen sus políticas; antes bien, la politización se convierte en la narrativa que los impulsa a prescribir sus políticas (Ricorda, 2022, mayo 6).

■ *Nivel local:* corresponde a las autoridades locales (municipios) debido a su proximidad con los ciudadanos. Las ciudades, en tan-

DOSSIER

to espacios inherentemente diversos, constituyen terrenos apropiados para abordar la migración, construyendo cohesión social y entendimiento mutuo (The Mediterranean City-to-City Migration Project, 2019). Casi siempre, son los lugares a los que arriban los migrantes, en los que se establecen, toman contacto con la sociedad de acogida, e interactúan con otros. Por consiguiente, se encuentran en una posición privilegiada para fomentar un debate pragmático sobre la migración y la adopción efectiva de políticas formuladas a nivel nacional, toda vez que estas se aplican, fundamentalmente, a través de instituciones públicas y administrativas locales (organización y uso de los espacios públicos, desarrollo de viviendas asequibles, satisfacción de necesidades culturales, religiosas o recreativas) (OSCE/ODIHR, 2018). Ello refrenda una imagen positiva del papel de las ciudades en el desarrollo de narrativas locales de inclusión entre residentes de diferentes orígenes, haciendo resonar su experiencia a nivel internacional (Broadhead, 2021).

Para los encargados de formular políticas públicas de migración se torna crucial, entonces, saber cuándo y cómo dirigirse a audiencias heterogéneas, entender cómo responderán a marcos y narrativas particulares, e identificar los factores que estimulan su receptividad ante los mensajes.

Tras lo dicho hasta aquí, se pone de relieve la exigencia de trabajar a nivel multi-gobernanza e interinstitucional, en aras de dotar a la comunicación sobre migraciones de coherencia política. En tal sentido, las ciudades tienen la posibilidad de actuar como interfaces de coordinación, convocando e involucrando a una amplia gama de partes interesadas: departamentos municipales, gobiernos nacionales y regionales, asociaciones locales, sector privado y medios de comunicación, así como organizaciones internacionales (Vera y Adler, 2020a y 2020b).

¿UNA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS MIGRACIONES?

Pese a su vinculación habitual (y casi estricta, desde el punto de vista práctico), con los campos de las Relaciones Públicas, la Comunicación Organizacional, la Comunicación Corporativa y las Comunicaciones de Marketing, en el transcurso de la última década la Comunicación Estratégica ha sido objeto de especial atención por parte de los responsables de la formulación de políticas públicas de migración, dados los visos cada vez más controvertidos y politizados que han impregnado al tema. No en balde, las entidades gubernamentales han puesto de manifiesto un decidido interés por implementar procesos de intervención comunicacional diseñados, planificados, ejecutados y evaluados de manera intencional y deliberada, de cara a influir y lograr cambios en las actitudes y/o los comportamientos de los ciudadanos ante el fenómeno del desplazamiento humano y los flujos migratorios (Heide, Simonsson, von Platen y Falkheimer, 2017; Sachrajda y Baumgartner 2019; International Centre for Migration Policy Development – ICMPD, 2019).

Aunque cabría dar por sentado que proporcionar información o adoptar una perspectiva universalista frente a los destinatarios de la comunicación se traduce en una convergencia automática de opiniones que deriven en consenso, esta premisa rara vez resulta efectiva tratándose de un *issue* susceptible de polémica como la migración, cuyo abordaje implica considerar cómo serán interpretados los mensajes. La orientación estratégica de la comunicación sobre migraciones supone el trazado de una hoja de ruta apalancada, en primera instancia, en el enunciado de objetivos claros y concretos, con apego a los denominados criterios SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo), que definen el estado ideal al que se espera llegar (Dennison, 2020a).

Mención aparte amerita la comprensión de los grupos de interés a los que se dirigirán los mensajes, en términos de sus preocupaciones, necesidades y expectativas, tanto como sus valores y creencias, sin descontar el contexto que

les rodea. En este orden de ideas, de acuerdo con Ahad y Banulescu-Bogdan (2019), las actitudes hacia la migración desafían la segmentación tradicional fundada en la edad, el género, la ocupación o la geografía, de donde se sigue para los gobiernos la exigencia de conocer los matices que distinguen a las diferentes partes interesadas contempladas dentro del proceso de comunicación estratégica, entre las cuales se incluyen: grupos de migrantes, los gobiernos de acogida y sus instituciones, los gobiernos locales y sus instituciones, la comunidad local receptora, proveedores de servicios públicos locales, medios de comunicación, líderes de opinión, las comunidades de origen, entre otros (The Mediterranean City-to-City Migration Project, 2019; OSCE/ODIHR, 2018).

Para los encargados de formular políticas públicas de migración se torna crucial, entonces, saber cuándo y cómo dirigirse a audiencias heterogéneas, entender cómo responderán a marcos y narrativas particulares, e identificar los factores que estimulan su receptividad ante los mensajes. De lo contrario, subyace el riesgo de no dar en la diana con el público objetivo o, en su defecto, confundir a las distintas audiencias con señales contradictorias, de tal suerte que lo que resuena, es convincente y efectivo con un grupo, puede devenir contraproducente para otro, inclusive, afianzando la resistencia al mensaje.

Por ejemplo, aunque visibilizar las inversiones realizadas y los servicios prestados a los inmigrantes desde las dependencias gubernamentales puede parecer la forma más adecuada de reflejar los esfuerzos de integración en la sociedad anfitriona, la acción no está exenta de desencadenar en las comunidades nativas un sentimiento de rezago, y hasta de exacerbar en ellas la sensación de injusticia frente a la distribución de los recursos, sobre todo cuando estos son escasos y las iniciativas gubernativas parecen beneficiar a los extranjeros a expensas de las presiones existentes en los residentes de larga data. Con todo, las autoridades pueden encontrarse limitadas en cuanto a qué decir, lo que, en modo alguno, justifica incurrir en vacíos de información o en apelar a una “comunicación espontánea” sobre cuestiones migrato-

rias. Antes bien, conviene practicar la “escucha activa” de todos los sectores de la sociedad, habida cuenta de que este paso reviste un carácter medular en el desarrollo de la comunicación estratégica sobre migraciones.

Dentro del conjunto de voces es pertinente no descartar la de los propios migrantes, empoderándolos para que hablen en su nombre como contribuyentes en campañas, comentaristas u oradores en programas de radio y televisión, talleres y conversatorios

Aparte de determinar los grupos de interés y elaborar las narrativas idóneas a difundir, una comunicación sobre migraciones que aspire a causar impacto reclama, en mucho, la canalización de su entrega a través de figuras dignas de credibilidad y confianza. Por tanto, hay que seleccionar con cuidado a los mensajeros idóneos en atención a su capacidad para conectar con el público objetivo, como bien pueden ser los líderes locales, los miembros influyentes de la comunidad y los pares. Dentro del conjunto de voces es pertinente no descartar la de los propios migrantes, empoderándolos para que hablen en su nombre como contribuyentes en campañas, comentaristas u oradores en programas de radio y televisión, talleres y conversatorios (Dempster y Hargrave 2017; Sachrajda y Baumgartner 2019).

No menos relevancia comporta la configuración de la panoplia de canales y formatos de comunicación a utilizar en aras de alcanzar a las audiencias clave y conseguir los objetivos propuestos, ya sea informar, fomentar cambios de actitudes y/o comportamientos, o mitigar situaciones de conflicto en la población. Conforme lo señalado por Sharif (2019), la tecnología actual abre posibilidades infinitas para adaptar la comunicación sobre migraciones a las preferencias de diversos públicos (sirviéndose de gráficos, infografías, fotografías y vídeos), así como para abrir diálogos entre los organismos de la Administración Pública y los ciudadanos, gracias al contenido creado y compartido en línea.

DOSSIER

En su mayoría, las entidades gubernamentales suelen encauzar el tratamiento comunicacional del tema de la migración a partir de campañas de concientización pública, vehiculizadas por la vía de folletos, carteles, medios tradicionales (pauta publicitaria en periódicos, radio y televisión), sitios web y redes sociales, participación en medios de comunicación (entrevistas a funcionarios), comunicados y ruedas de prensa, entre otras técnicas de Relaciones Públicas. No obstante, la comunicación personalizada cara a cara, a pesar de ser más costosa y tener una escala más reducida, puede resultar provechosa para transmitir información detallada, tanto a grupos de migrantes como a poblaciones de la sociedad receptora, lo que permite el despliegue de actividades de sensibilización centradas en estimular la tolerancia, prevenir la discriminación y promover la diversidad cultural.

A título ilustrativo, cítese aquí la habilitación de centros de bienvenida o “ventanillas únicas”, los cuales brindan a los migrantes una gama de servicios de información y asesoramiento en relación con su instalación y estancia en el territorio de acogida: educación, servicios médicos, cuidado de niños, vivienda, servicios sociales, transporte, banca, seguridad, empleo, búsqueda de trabajo, autoempleo, historia local y nacional, estilo de vida, regulaciones del país anfitrión, etcétera. Esta información también puede ponerse a disposición, en varios idiomas, a través de los sitios web vinculados a las páginas web institucionales de autoridades, instituciones públicas y Organizaciones No Gubernamentales (ONG) (OSCE/ODIHR, 2018).

A juicio de Ahad y Banulescu-Bogdan (2019), los gobiernos locales desempeñan un rol estelar en la construcción de consenso político alrededor de los objetivos y las narrativas de migración, merced la colaboración con escuelas, universidades, centros comunitarios, bibliotecas y organizaciones profesionales, en tanto espacios desde los cuales poner en marcha proyectos de tutoría/mentoría, plataformas de voluntariado y laboratorios de innovación social con foco en el fortalecimiento de la cohesión de la comunidad. En este sentido, las organizaciones de la sociedad civil encarnan un

socio implementador clave en la gobernanza de la migración, a tenor de un cúmulo de experiencias, conocimientos, sinergias y creatividad, lo que complementa la acción municipal gracias a un entramado de canales de comunicación con efecto multiplicador, incluidos las asociaciones de inmigrantes y los medios de comunicación comunitarios, aliados valiosos tanto en la generación de contenido para campañas de integración e inclusión, como en el contacto con los migrantes más vulnerables (migrantes indocumentados, víctimas de trata, menores no acompañados), amén de la resolución de disputas (Fomina, 2018).

A la luz de este planteamiento, la comunicación constituye un proceso estratégico que apoya el acceso de los migrantes a derechos elementales, contribuyendo a afianzar las políticas públicas de integración e inclusión, además del diálogo intercultural (Broadhead, 2021). Para más, algunas aproximaciones vanguardistas han apostado por la diversidad asociada a la migración como activo de una localidad, respaldando así la definición colectiva de identidad y el desarrollo de historias compartidas con base en la pertenencia a un lugar o “marca ciudad”. De este modo, las narrativas localizadas buscan disolver los límites y poner, en primer plano, los procesos de acomodación mutua y los puntos en común, amplificando la voz de los migrantes como parte de un “nosotros” comunitario, que no como un “otro” distinto (grupos culturales, étnicos y religiosos) (Belabas, Eshuis y Scholten, 2020).

Sin duda, el conflicto es consustancial a las dinámicas de integración y, como tal, se aviene pertinente reconocerlo. Siendo este el escenario, y ateniéndose al hecho de que los desencuentros serán inevitables mientras las comunidades se acoplan a los cambios, es aconsejable afrontar la comunicación estratégica sobre migraciones en un horizonte de largo plazo que involucra a toda la sociedad, con retos, responsabilidades y beneficios compartidos para los migrantes y los ciudadanos anfitriones. Siguiendo esta línea, para los equipos de comunicación que acompañan a los responsables de la formulación de políticas públicas de migración luce perentorio contar con capacitación sobre el

contexto migratorio y los derechos de los migrantes. De suyo, especializarse en temas migratorios prepara a los profesionales en comunicación pública para guiar las decisiones estratégicas ligadas a objetivos de integración e inclusión social (OSCE/ODIHR, 2018). Asimismo, la promoción de un grado significativo de diversidad entre los integrantes de este personal optimiza la gestión de la comunicación con los grupos de migrantes (The Mediterranean City-to-City Migration Project, 2019).

El valor agregado se potencia con la formación impartida a los medios de comunicación, ateniéndose al papel que juegan en la conformación del debate público, lo que pone de relieve la necesidad de patrocinar programas de alfabetización mediática que afinen el criterio de los periodistas por lo que concierne a una cobertura integral y equilibrada sobre las migraciones, cuya expresión material se evidencia en informes éticos, justos y basados en pruebas. Este trabajo de sensibilización entrena, como mínimo, la introducción en conceptos básicos acerca de 1) La migración; 2) Los principios generales del marco internacional de los derechos humanos y la normativa internacional aplicable a personas migrantes, refugiadas y solicitantes de asilo; y 3) Los perfiles de vulnerabilidad en contextos de migración, incluyendo género e interseccionalidad.

Otro tanto se advierte tratándose de la capacitación en torno al uso de la terminología correcta, a sabiendas de las implicaciones que acarrear las palabras y su connotación (comprender la diferencia entre “reubicación” y “re-asesentamiento” o entre “inmigrante ilegal” e “inmigrante irregular”), no solo para garantizar la precisión en el tratamiento de la información sobre migraciones, sino también para conseguir el tono emocional apropiado. Adicionalmente, según Sharif (2019), es imperativo incorporar en la lista de los grupos de interés a los editores en jefe y a los propietarios de los medios de comunicación, con el fin de instruirles sobre cómo narrar la migración en el trabajo editorial convencional.

En palabras de Bamberg (2019), la comunicación sobre migraciones debe aspirar a un ba-

lance armonioso entre los datos en el plano técnico (estadísticas, hechos), y las historias personales en el plano de las emociones (testimonios, anécdotas), de tal suerte de dotar de rostro a un proceso complejo, activar la empatía y aminorar la distancia psicológica en las audiencias, al tamiz de narrativas convincentes que vitalizan debates políticos ponderados (Dennison, 2023).

Se trata, recurriendo a Noack, Wagner y Fogli (2020), de (re)enmarcar estratégicamente la narrativa de la migración, en el entendido de que la forma de contar una historia condiciona cómo es percibida.

En última instancia, prima como *desiderátum* que los medios de comunicación puedan acceder a datos fiables para informar acerca del tema migratorio, superando la cobertura de la “crisis”, el “ataque”, la “invasión”, la “supervivencia” y el “enfrentamiento”, en favor de un enfoque humano arraigado en las soluciones proyectadas a futuro. Para llegar a este estadio, el seguimiento y consiguiente análisis de la cobertura periodística ofrece una línea base acerca de la representación de la migración en los medios (incluyendo contenido, frecuencia, contexto, lenguaje, formatos informativos, imágenes), con miras a contrarrestar la desinformación, la intolerancia, la xenofobia, los encuadres negativos y los estereotipos (Chouliaraki y Zaborowski, 2017; Georgiou y Zaborowski, 2017).

Se trata, recurriendo a Noack, Wagner y Fogli (2020), de (re)enmarcar estratégicamente la narrativa de la migración, en el entendido de que la forma de contar una historia condiciona cómo es percibida. Desde esta óptica, la responsabilidad de los formuladores de políticas públicas, los medios de comunicación y las organizaciones de la sociedad civil reside en deslastrarse de las polarizaciones tradicionales, inscribiéndose en un encuadre diferenciado o, incluso, en la “desmigración” de la narrativa. Ello agudiza la demanda de evaluación en tor-

DOSSIER

no al impacto y la eficacia de las campañas de comunicación, trámite que los profesionales en el campo de la migración no siempre son capaces de cumplir con ajuste a los altos estándares metodológicos prescritos por las instituciones académicas y las organizaciones internacionales, debido a las dificultades financieras o las realidades logísticas (Dennison, 2020a).

A MODO DE CIERRE

Dado que la migración constituye una realidad, una oportunidad y un desafío, su comunicación no puede calificarse de otra manera que no sea estratégica, como parte integral del ciclo de políticas públicas y del conjunto de herramientas de la gobernanza migratoria, bajo cuyo amparo se combina la enunciación narrativa con la planificación de acciones.

La complejidad de los procesos de movilidad y desplazamiento humano engloba múltiples áreas de política y niveles de gobierno, de donde se sigue la necesidad de una comprensión sólida y común, por parte de los actores involucrados, en torno a las implicaciones de las narrativas en los objetivos y el consabido despliegue de las políticas públicas migratorias.

Los diferentes niveles de gobernanza interactúan y elaboran narrativas transversales y dinámicas sobre la migración. Ampliar la variedad de tramas que pueden aplicar de cara a diferentes ejercicios de encuadre es susceptible de conducir a una discusión más equilibrada sobre el tema, al tiempo que abona a la satisfacción de diferentes requerimientos de comunicación en función de su idoneidad para cada política.

La investigación destaca el potencial de las narrativas de integración fundadas en la identidad, las historias locales compartidas y la pertenencia de lugar. En esta línea, junto a la diversificación de los marcos, identificar otras voces potencialmente significativas complejiza las narrativas, atrayendo a aquellas personas que no muestran puntos de vista polarizados y radicales hacia la coproducción de relatos alternativos sobre la migración.

Las experiencias en el mundo real, aunque particulares y específicas en sus hallazgos y avances, plantean cuestiones que devienen útiles a la luz de la literatura producida y respaldada científicamente. Para maximizar las campañas de comunicación, los formuladores de políticas públicas deben incorporar la perspectiva de las audiencias objetivo en las etapas de concepción y desarrollo de los mensajes estratégicos sobre la migración. Después de todo, el público al que va dirigido el producto comunicacional también aporta a la generación de narrativas. Su voz se escucha en encuestas de opinión, grupos focales y, en últimas, en las elecciones.

En sí misma, la narrativa se forma a través del vínculo con la estrategia, teniendo en cuenta que no existe una solución única para el asunto migratorio, por lo que se precisan adaptaciones según los contextos nacionales. Así las cosas, más que la frecuencia de las comunicaciones sobre la migración, lo que ha de ajustarse es el tono de presentación y su contextualización, demostrando con ello que, efectivamente, hay otras formas de enmarcarla, de pensarla y de contarla.

AGRIVALCA CANELÓN SILVA

Doctora en Comunicación, área disciplinaria Comunicación Organizacional, por la Universidad de Málaga, España. Magíster en Comunicación Social, opción Comunicación Organizacional, y licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo Impreso, por la Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Referencias

- Agencia de Comunicación sobre las Migraciones de la Oficina Regional de la OIM. (2019): *Comunicación sobre las migraciones*. Ecuador: Organización Internacional para las Migraciones (OIM).
- AHAD, A., y BANULESCU-BOGDAN, N. (2019): *Communicating strategically about immigrant integration policy-maker perspectives*. Bruselas: Migration Policy Institute Europe (MPI).
- ANDERSSON, R. (2018): "Migration". En: T. Allen, A. Macdonald, y H. Radice (eds.), *Humanitarianism. A dictionary of concepts*. Abingdon: Routledge. Pp. 239–252.
- ATKIN, C. K., y RICE, R. E. (2013): Theory and principles of public communication campaigns. En: R. E. Rice y C. K. Atkin (eds.), *Public communication campaigns*. Los Angeles: Sage. Pp. 3–20.
- BAMBERG, K. (2019): "Moving beyond the 'crisis': recommendations for the European Commission's communication on migration". *Discussion paper european migration and diversity programme*. Bélgica: European Policy Centre (EPC) y Friedrich Ebert Stiftung (FES).
- BELABAS, W., ESHUIS, J., y SCHOLTEN, P. (2020): "Re-imagining the city: branding migration-related diversity". En: *European Planning Studies*, 28 (7). Pp. 1315–1332.
- BLASSNIG, S., ENGESSER, S., ERNST, N., y ESSER, F. (2019): Hitting a nerve: populist news articles lead to more frequent and more populist reader comments. En: *Political Communication*, 35 (4). Pp. 629–651.
- BROADHEAD, J. (2021): "How an interdisciplinary approach to narrative can support policymaking on migration and integration at the city level". En: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 697 (1). Pp. 207–220.
- CHOULIARAKI, L., y ZABOROWSKI, R. (2017): "Voice and community in the 2015 refugee crisis: a content analysis of news coverage in eight European countries". En: *International Communication Gazette*, 79 (6/7). Pp. 613–635.
- COLLYER, M. (2008): "The reinvention of political community in a transnational setting: framing the Kabyle citizens movement". En: *Ethnic and Racial Studies*, 31(4). Pp. 687–707.
- CRAWLEY, H., y SKLEPARIS, D. (2018): "Refugees, migrants, neither, both: categorical fetishism and the politics of bounding in Europe's 'migration crisis'". En: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44 (1). Pp. 48–64.
- DEMPSTER, H., y HARGRAVE, K. (2017): "Understanding public attitudes towards refugees and migrants". En: *Working Paper 512*. London: Overseas Development Institute (ODI).
- DENNISON, J., y VRÂNCEANU, A. (2022): "Public opinion and the politics of migration". En: P. Scholten (edit.), *Introduction to migration studies. An interactive guide to the literatures on migration and diversity*. Suiza: Springer. Pp. 375–388.
- DENNISON, J. (2023): *Using emotions in migration policy communication*. Malta: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- _____ (2022): "A review of experimental evidence of how communication affects attitudes to immigration". En: *Comparative Migration Studies*, 10 (35). Pp. 1–18.
- _____ (2021): *Strategic communication for migration policymakers: lessons from the state of the science*. Malta: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD) / Regional Office for the Mediterranean.
- _____ (2020a): *How to perform impact assessments: key steps for assessing communication interventions*. Florence: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- _____ (2020b): "A basic human values approach to migration policy communication". En: *Data & Policy*, 2, e18. doi:10.1017/dap.2020.17.
- _____ (2019): *What policy communication works for migration? Using values to depolarise*. Florencia: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- DENNISON, J., y DRAŽANOVÁ, L. (2018): *Public attitudes on migration: rethinking how people perceive migration. An analysis of existing opinion polls in the Euro-Mediterranean region*. Florence: Migration Policy Centre, European University Institute.
- DIMITROVA, D., y OZDORA-AKSAK, E. (2022): "What a difference context makes: comparing communication strategies of migration NGOs in two neighboring countries". En: *Journal of Borderlands Studies*, DOI: 10.1080/08865655.2022.2161065.
- FOMINA, J. (2018): *Local authorities' migrant integration guide*. Polonia: OSCE/ODIHR.
- GARCÉS-MASCAREÑAS, B., y PASTORE, F. (2022): "Migration narrative success. A conceptual tool for trans-disciplinary integration". En: *BRIDGES Working Papers #04*. Barcelona: BRIDGES Consortium.
- GARZÓN, E., y SANTAMARÍA, C. (2018): *Comunicación sobre las migraciones*. España: OXFAM Intermón.
- GEIGER, M., y PÉCOUD, A. (2014): "International organisations and the politics of migration". En: *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40 (6). Pp. 865–887.
- GEORGIU, M., y ZABOROWSKI, R. (2017): Media coverage of the "refugee crisis": A cross-European perspective. En: *Council of Europe report DG1(2017)03*. France: Council of Europe.
- GRIFFIN, F. J. (1995): *"Who set you flowin'?: the african-american migration narrative"*. Oxford: Oxford University Press.
- GUEVARA, B., et al. (2018): "La migración: su desarrollo mundial y en América Latina". En: A.J. Aguilar-Barreto, C.P. Aguilar-Barreto, y Y.A. Aguilar Bautista. (eds.), *La migración: el desborde de un fenómeno masivo*. Cúcuta, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar. Pp.12–27.
- HEIDE, M., SIMONSSON, C., von PLATEN, S., y FALKHEIMER, J. (2017): Expanding the scope of strategic communication: Going beyond communication professionals and small-scale studies. Ponencia presentada en el ICA Pre-conference "Future Directions of Strategic Communication: Towards the Second Decade of an Emerging Field", San Diego, California, USA.
- HUSS, D. (2020, marzo 23): "Migration communication and new approaches to target-group engagement". En: *Policy Insights*. Viena: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).

DOSSIER

- IHLEN, Ø., FIGENSCOU, T.U., y GRØNDAHL LARSEN, A. (2015): "Behind the framing scenes: challenges and opportunities for NGOs and authorities framing irregular immigration". En: *American Behavioral Scientist*, 59 (7). Pp. 822-38.
- International Centre for Migration Policy Development – ICMPD. (2019): *Breaking gridlocks and moving forward. Recommendations for the next five years of EU migration policy*. Viena: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- IYENGAR, S., y SIMON, A. (1993): "News coverage of the Gulf crisis and public opinion: a study of agenda-setting, priming and framing". En: *Communication Research*, 20 (3). Pp. 365-383.
- KIERANS, D. (2019): *Understanding narrative change on migration and integration at the municipal level. Background paper for the 2019 Autumn Academy*. New York: COMPAS y Oxford University Press.
- KING, R., y WOOD, N. (2001): *Media and migration: constructions of mobility and difference*. London: Routledge.
- MARSH Y MCLENNAN COMPANIES. (2018): *Informe de riesgos mundiales 2018* (13.ª edición). Ginebra, Suiza: Foro Económico Mundial.
- McAULIFFE, M., y TRIANDAFYLIDOU, A. (2021): *World migration report 2022*. Ginebra, Suiza: International Organization for Migration (IOM).
- McCOMBS, M. E., y SHAW, D. L. (1972): "The agenda-setting function of mass media". En: *Public Opinion Quarterly*, 36 (2). Pp. 176-187.
- MUSARÒ, P. (2017): "Mare Nostrum: the visual politics of a military-humanitarian operation in the Mediterranean Sea". En: *Media, Culture & Society*, 39 (1). Pp. 11-28.
- NOACK, M., WAGNER, V., y FOGLI, C. (2020): *Breaking the gridlock and moving forward: establishing a credible narrative on migration and migration policy (Policy Paper)*. Viena: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- ONGENAERT, D. (2019): "Refugee organizations' public communication: conceptualizing and exploring new avenues for an underdeveloped research subject". En: *Media and Communication*, 7 (2). Pp. 195-206.
- Organización Internacional para las Migraciones – OIM. (2020): *América del Sur - Estrategia Regional 2020-2024*. Buenos Aires: Organización Internacional para las Migraciones (OIM).
- OSCE/ODIHR. (2018). Local authorities' migrant integration guide. Polonia: OSCE.
- POWERS, M. (2018): *NGOs as newsmakers: the changing landscape of international news*. New York: Columbia University Press.
- PUGH, J., y MOYA, J. (2020): Words of (Un) welcome: securitization & migration discourses in Ecuadorian media. SSRN, 1-36. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3679341
- RICORDA, M. (2022, mayo 6): "Migration narratives across three levels of governance". En: *Policy Insights*. Viena: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD).
- SACHRAJDA, A., y BAUMGARTNER, L. (2019): *More than words. How communicating our shared values and forging mutual connections can bring hope for a new tomorrow*. England: Global Dialogue.
- SAHIN-MENCUTEK, Z. (2020): "Migration narratives in policy and politics". En: *Working Paper No. 2020/17*. Canadá: Ryerson Centre for Immigration and Settlement (RCIS) y CERC in Migration and Integration.
- SCUZZARELLO, S. (2015): "Policy actors' narrative constructions of migrants' integration in Malmö and Bologna". En: *Ethnic and Racial Studies*, 38 (1). Pp. 57-74.
- SHARIF, H. (2019): *Communicating effectively on migration: recommendations and policy options*. Bélgica: Research Social Platform on Migration and Asylum (ReSOMA).
- SCHEIBELHOFER, P. (2017): "It won't work without ugly pictures: images of othered masculinities and the legitimisation of restrictive refugee-politics in Austria". En: *NORMA*, 12 (2). Pp. 96-111.
- SCHMIDT, V.A. (2008): "Discursive institutionalism: The explanatory power of ideas and discourse". En: *Annual Review of Political Science*, 11. Pp. 303-326.
- SCHWARTZ-SHEA, P., y YANOW, D. (2006): "Doing social science in a humanistic manner". En: D. Yanow y P. Schwartz-Shea (eds.), *Interpretation and method: empirical research methods and the interpretive turn*. UK: Routledge. Pp. 280-294.
- SÖKEFELD, M. (2006): "Mobilizing in transnational space: a social movement approach to the formation of diaspora". En: *Global networks*, 6 (3). Pp. 265-284.
- SUBOTIC, J. (2016): "Narrative, ontological security, and foreign policy change". En: *Foreign Policy Analysis*, 12. Pp. 610-627.
- Telam. (2022, abril 10): "La cifra de refugiados ucranianos llegó a 4,5 millones". Recuperado el 11 de abril de 2022, de <https://www.telam.com.ar/notas/202204/589074-la-cifra-de-refugiados-ucranianos-llego-a-45-millones.html#:~:text=Se%20trata%20de%20la%20crisis,la%20ONU%20para%20los%20Refugiados>
- The Mediterranean City-to-City Migration Project. (2019): *Communication on migration: an issue of local governance. The benefits and challenges of promoting a realistic narrative on migration and fostering intercultural dialogue in cities*. Austria: International Centre for Migration Policy Development (ICMPD), United Cities and Local Governments (UCLG) y ONU-Habitat.
- VERA, F., y ADLER, V. (2020b): *Inmigrando. Construir ciudades plurales*: Tomo 2. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- _____ (2020a). *Inmigrando. Fortalecer ciudades destino*: Tomo 1. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).