

# BRIDGES

Assessing the production and impact of migration narratives

**NOTA DE PRENSA**

## RESULTADOS PROYECTO BRIDGES Producción e impacto de las narrativas sobre migración

Después de tres años estudiando la **producción y el impacto de las narrativas migratorias**, el proyecto **BRIDGES**, coordinado por **CIDOB** (Barcelona Centre for International Affairs) y financiado por la Comisión Europea, presenta sus resultados de investigación tras analizar por qué algunas narrativas acaban siendo dominantes sobre otras en los medios de comunicación y redes sociales, pero también en los debates políticos, y como éstas afectan las actitudes y comportamientos individuales respecto a la migración, así como las decisiones políticas, a nivel nacional y europeo.

(29/02/2024). El objetivo del proyecto **BRIDGES: Assessing the production and impact of Migration narratives** es comprender las causas y consecuencias de las narrativas migratorias en un contexto de creciente politización y polarización, centrándose en seis países europeos –Francia, Alemania, Hungría, Italia, España y el Reino Unido– y poniendo el foco del análisis en:

- Cómo se desarrollan las narrativas en los medios de comunicación y redes sociales.
- El papel de las voces alternativas (de la sociedad civil) y su capacidad de transformar las narrativas dominantes.
- El poder transformador de las narrativas testimoniales y su capacidad de influir en cómo sentimos y pensamos la inmigración.
- Cómo las narrativas afectan a las respuestas en términos de políticas.
- El impacto de las campañas informativas financiadas por la UE en África con el objetivo de influir en los procesos de decisión de los potenciales migrantes.

### Respuestas a la inmigración: El poder de las narrativas frente a los hechos

“Nuestras respuestas a la inmigración no están determinadas por hechos, sino por nuestras interpretaciones sobre estos hechos” expone **Blanca Garcés**, coordinadora científica del proyecto **BRIDGES**, subrayando que “tan importante como entender la realidad es entender cómo esta realidad es percibida”. Y es que las narrativas migratorias son el objeto principal de estudio este proyecto, y hasta qué punto “qué se dice, cómo, por quién, dónde y cuándo explica parte del éxito de unas narrativas frente a otras”.

A continuación, se detallan las principales **conclusiones** del proyecto **BRIDGES**:

- Las **historias personales** generan identificación y, por lo tanto, empatía con las personas inmigrantes. Mientras que la **cobertura mediática rápida y alejada de la realidad de la inmigración** no ayuda a crear esta identificación con las personas migrantes.
- **La aceptación de nuevas llegadas es mayor cuanto menos se relacionan con la inmigración**. Es el caso de la inmigración latinoamericana, que llega fundamentalmente a través de los aeropuertos y no se percibe como un problema, lejos del foco mediático y la **espectacularización** de otras fronteras.
- En los **medios de comunicación dominan las voces de los políticos**. En cambio, las voces de las personas migrantes están prácticamente ausentes.
- Los debates están dominados de forma creciente por las **fuerzas políticas de extrema derecha** y los **discursos antinmigración**. Sus estrategias se caracterizan por una mayor organización, financiación, coherencia, regularidad y capacidad de introducir nuevos temas en el debate.
- **Muchas fuerzas políticas evitan hablar de inmigración y, cuando lo hacen, acaban respondiendo de forma reactiva a los discursos antinmigración**. En consecuencia, pierden la posibilidad de orientar el debate y a menudo acaban asumiendo los postulados antinmigración por miedo a perder el apoyo de un electorado que se percibe cada vez más contrario a la inmigración.
- Las narrativas dominantes en los medios de comunicación determinan el debate político. Si bien la discusión en torno a las políticas suele permanecer a un nivel más técnico, y por lo tanto alejado de debates más polarizados y simplistas, **la tendencia es a mimetizarse, con políticas cada vez más simbólicas que buscan complacer a potenciales votantes más que a abordar determinadas realidades**. Las **redes sociales** pocas veces introducen nuevos temas, sí replican y amplifican las narrativas presentes en los medios de comunicación.
- Hay momentos en que ya sea por un hecho inesperado o por el debate en torno a una nueva ley o sentencia judicial se abre una **ventana de oportunidad para transformar las narrativas dominantes**.

### Las campañas informativas de la UE en África, ¿éxito o fracaso?

El estudio concluye que las campañas informativas de la UE en África para desincentivar la emigración irregular hacia Europa **no son efectivas porque no tienen en cuenta las circunstancias y percepciones de los potenciales migrantes**. “Es fundamental entender que las migraciones no son proyectos individuales sino familiares” – explica **Blanca Garcés**, coordinadora científica del proyecto **BRIDGES**–, y aunque los migrantes reconocen los riesgos siguen pesando más las oportunidades, “ya que la principal fuente de información son las historias de éxito de amigos, familiares y conocidos, especialmente a través de las redes sociales”.

Durante los **tres años de duración del BRIDGES** (2021-2024), el proyecto ha adoptado un enfoque colaborativo y multidisciplinar, involucrando a investigadores de diferentes disciplinas y a instituciones del ámbito académico, la sociedad civil y el mundo de la cultura, con especial atención a la inclusión de las voces de personas migradas. Los resultados del proyecto se pueden consultar a través de las redes sociales del proyecto –[Instagram](#), [X](#), y [canal de YouTube](#)– y en su [web](#), que incluye 32 Working Papers con resultados nacionales y comparativos, 3 Policy Briefs, un documento con directrices sobre cómo incluir la [perspectiva de género](#) en el análisis de las narrativas migratorias, 7 artículos de opinión que reflexionan sobre las cuestiones más apremiantes de los debates públicos y políticos actuales en materia de inmigración, un [toolkit](#) para crear narrativas más inclusivas y varios productos [multimedia](#) – [9 infografías](#), [11 vídeos](#) y [3 podcasts](#). Con el objetivo de crear narrativas más inclusivas sobre la migración desde una perspectiva artística, también se ha llevado a cabo un concurso de [hip hop y muralismo](#) organizado por la Fundación Contorno Urbano y la asociación global Hip Hop Works Inc., y la exposición fotográfica itinerante [Out of Frame](#) comisariada por ZONA.

‘BRIDGES: assessing the production and impact of migration narratives’ es un proyecto financiado por la Unión Europea bajo el programa marco para la investigación y el desarrollo H2020. El proyecto se ha implementado a través de un [consorcio de 12 instituciones](#) de diferentes países europeos bajo la coordinación del [Barcelona Centre for International Affairs](#) (CIDOB). [Blanca Garcés](#), investigadora sénior y coordinadora de investigación de CIDOB, es la coordinadora científica del proyecto.

### Para más información:

**Marina Marín**

Asistente de Comunicación CIDOB

[mmarin@cidob.org](mailto:mmarin@cidob.org)

Tel. 93 302 64 95

**Esther Masclans**

Responsable de Prensa CIDOB

[emasclans@cidob.org](mailto:emasclans@cidob.org)

Tel. 626 39 11 41

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 101004564

