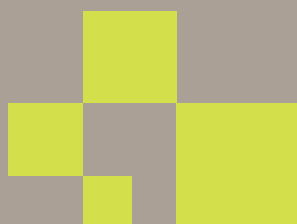


Los medios de  
comunicación  
en la experiencia  
migratoria  
latinoamericana



Fundación  
*Telefónica*

---



## ÍNDICE

Los retos de la integración	7
I. Migraciones y comunicación: La variable Iberoamericana	9
II. Planteamiento metodológico	16
III. Influencias en el proceso migratorio	18
IV. Consumo mediático en origen	21
V. Imagen recibida en España y percepción de la situación actual en nuestro país	26
VI. Consumo mediático en España	29



## *LOS RETOS DE LA INTEGRACIÓN*

Fundación Telefónica, atenta a las permanentes transformaciones que se producen en la sociedad, presenta en estas páginas un primer avance de una investigación acerca del papel que los medios de comunicación juegan en el proceso migratorio latinoamericano. Una contribución a la reflexión y el análisis sobre uno de los nuevos retos que tiene planteados nuestro país.

Se trata de anticipar, en este informe ejecutivo, los principales contenidos de un estudio previo, preparatorio de otro mucho más ambicioso, que también promueve Fundación Telefónica, sobre una visión global de la situación y el papel que desempeñan de los medios de comunicación en Latinoamérica.

El informe final nos mostrará diversos trabajos destinados a conocer si en un espacio lingüística y culturalmente permeable, como el de las naciones iberoamericanas, aparecen signos de convergencia, procesos de acercamiento, amparados por el mayor flujo humano y el empleo de medios y tecnologías de comunicación impensables en el pasado. Este estudio nos mostrará la dieta mediática de las distintas poblaciones, así como una radiografía, hasta ahora inédita, de los distintos sistemas mediáticos de aquellas sociedades hermanas, que evolucionan, no sin dificultades, hacia su plena incorporación a la sociedad de la información y del conocimiento.

Los datos que ahora se avanzan, fruto de un primer trabajo de campo circunscrito a la Comunidad de Madrid, dejan constancia de la influencia que los medios de comunicación tienen en los procesos migratorios. En el caso de los flujos latinoamericanos hacia España, esa influencia es, cuando menos, diferente a la de otros movimientos migratorios, debido, entre

otras razones, a la inexistencia de barreras lingüísticas y a la facilidad cultural de comunicación.

Sirva como muestra el hecho de que, aproximadamente, un 60 por ciento de los encuestados dice que compartir el idioma español ha influido “bastante” o ha sido “determinante” en su decisión de emigrar. Lógicamente, el idioma se presenta también para ellos como una ventaja competitiva laboral, hasta el punto de que, como está también constatado en otros estudios recientes, los trabajadores latinoamericanos se integran en el tejido económico mucho antes que los procedentes de otras geografías y, además, sufren menos accidentes laborales.

En el informe se estudian también otros aspectos directamente relacionados con el consumo de los medios de comunicación que hacen los inmigrantes y se extraen consecuencias precisas. Entre estos, sobresale el tiempo que dedican a cada medio o el tipo de contenidos por los que se sienten más atraídos.

Cabe destacar cómo el consumo mediático entre la población inmigrante latinoamericana se incrementa significativamente, respecto de los hábitos que tenía en los países de origen, una vez que se instalan en España. Así, consumen más prensa y navegan con más frecuencia por Internet, aunque elijan en gran parte para esta última práctica los establecimientos públicos o semi-públicos.

El uso creciente de Internet introduce en el fenómeno migratorio nuevas variables relacionadas con la globalización y con la instantaneidad en el consumo de mensajes sobre los que es preciso establecer una profunda reflexión.

Finalmente, también merecen ser destacados otros datos colaterales que se derivan del informe, como los referidos a la imagen —tanto previa como posterior a su llegada— que tienen y que difunden de España los inmigrantes latinoamericanos. O la opinión que manifiestan sobre el tratamiento que los medios de comunicación dan al fenómeno migratorio y a los problemas concretos de los inmigrantes.

Por todas estas razones y por el compromiso que ha adquirido Fundación Telefónica para contribuir a atenuar las distintas brechas sociales —principalmente la educativa y la digital— y a cooperar en las diferentes formas de integración, entiendo que merece la pena el esfuerzo realizado y que toca ahora trasladarlo a la sociedad para su debate, como el que abrimos ya en Madrid, en una primera jornada de la mano de la Casa de América, a cuyos responsables agradezco su valiosa colaboración. También, expreso mi agradecimiento al profesor Díaz Nosty por su decisiva contribución a este proyecto.

**Javier Nadal Ariño**  
Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica