

En este libro se analizan de forma conjunta dos fenómenos que son signos destacados de la crisis de nuestro tiempo: uno de índole informativo-tecnológica, el periodismo digital, y otro de índole económica y social, la inmigración. Los problemas sociales siguen siendo objeto principal de información en la sociedad española y, por ello, se trasladan también a la Red y a los medios digitales en general, de tal forma que conviene familiarizarse con la terminología derivada del periodismo 3.0.

Fruto de una investigación realizada en colaboración con Fundación Telefónica por parte del Observatorio de Periodismo en Internet, del Departamento de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid, el estudio profundiza en la naturaleza de los cambios que se producen en el periodismo clásico como consecuencia del fervor ciudadano que ha invadido los *blogs* y las redes sociales, todo ello sustentado sobre el análisis de un caso: el tratamiento de la inmigración en los medios digitales.



PERIODISMO DIGITAL EN TIEMPOS DE CRISIS

UN CASO DE ESTUDIO: EL TRATAMIENTO
DE LA INMIGRACIÓN EN LOS MEDIOS

PERIODISMO DIGITAL EN TIEMPOS DE CRISIS

Un caso de estudio:
el tratamiento de la inmigración en los medios

María Pilar Diezhandino (Dra.)

Ariel

COLECCIÓN
Fundación Telefónica

PERIODISMO DIGITAL EN TIEMPOS DE CRISIS

Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios

Autores:

M.^a Pilar Diezhandino Nieto (Dra.), Teresa Sandoval Martín,
Bárbara Yuste Robles, Pilar Carrera Álvarez,
José Fernández-Beaumont, Guadalupe Aguado Guadalupe,
Matilde Eiroa San Francisco, José Vicente García Santamaría

Ariel

COLECCIÓN
Fundación Telefónica

Esta obra ha sido editada por Ariel y Fundación Telefónica y en colaboración con Editorial Planeta, que no comparten necesariamente los contenidos expresados en ella. Dichos contenidos son responsabilidad exclusiva de sus autores.

© Fundación Telefónica, 2009
Gran Vía, 28
28013 Madrid (España)

© Editorial Ariel, S.A., 2009
Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona (España)

© de los textos: Fundación Telefónica

Coordinación editorial: José Fernández-Beaumont y Rosa M.ª Sáinz Peña
Fotografía de cubierta: Shutterstock
Primera edición: octubre de 2009

ISBN: 978-84-08-08889-9

Depósito legal: M. 43.078-2009

Impresión y encuadernación: Brosmac, S.L.

Impreso en España – *Printed in Spain*

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares de copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

Este libro es el resultado de un estudio del OPEI (Observatorio de Periodismo en Internet), elaborado bajo la Dirección y Coordinación de M.^a Pilar Diezhandino Nieto, directora del grupo de investigación PASEET (Periodismo y análisis social: evolución, efectos y tendencias) de la Universidad Carlos III de Madrid.

AUTORES

M.^a Pilar Diezhandino Nieto, Teresa Sandoval Martín, Bárbara Yuste Robles, Pilar Carrera Álvarez, José Fernández-Beaumont, Guadalupe Aguado Guadalupe, Matilde Eiroa San Francisco, José Vicente García Santamaría.

TAREAS DE CODIFICACIÓN

Guillermina Franco Álvarez, Isabel Gómez Rivas, Tíscar Lara Padilla, Elisa Pardo, Teresa Sandoval Martín, Bárbara Yuste Robles.

ENTREVISTAS

Guadalupe Aguado Guadalupe, Pilar Carrera Álvarez, M.^a Pilar Diezhandino Nieto, Raúl Magallón Rosa, Teresa Sandoval Martín, Bárbara Yuste Robles.

Base de datos: Elisa Pardo.

Resultados estadísticos: José Manuel Santos Ratón y Rosa Lillo Rodríguez.

Revisión de textos: Juan Carlos Sánchez Illán.

ÍNDICE

Prólogo	XIII
Presentación. La crisis del Periodismo	XV
Rasgos generales del Periodismo digital	XIX

PRIMERA PARTE. LOS CONTENIDOS

(I) LA INFORMACIÓN GENERAL	1
M. ^a Pilar Diezhandino	
1. Los grandes temas de portada	3
1.1. Domina el carácter político	3
1.2. Lo demás puede esperar	4
1.3. Lo social, a tercera.....	6
2. Relevancia	9
2.1. ¿Qué temas priorizan los medios?	9
2.2. Noticias de segunda posición	12
2.3. Y en tercer lugar sigue la dominante Política	14
2.4. ¿Reducir o mejorar?	16
3. Procedencia	19
3.1. Los suministradores de información	19
4. Las fuentes, una rémora	23
5. La puesta en escena de los géneros periodísticos	27
6. Los personajes de la noticia	29
6.1. Fuentes asexuadas	30

(II) LA INMIGRACIÓN	33
M. ^a Pilar Diezhandino	
1. La respuesta del Periodismo al <i>boom</i> de la inmigración. Rasgos generales...	35
2. El tratamiento de la inmigración	41
2.1. Introducción	41
2.2. Atención especial	41
2.3. Unos apuntes a propósito del racismo	42
3. Temas. en primer lugar, los cayucos	45
4. Los suministradores de información	49
4.1. Las secciones de acogida	50
5. Los personajes son políticos	55
5.1. Un pozo sin fondo de problemas	56
5.2. Sostén de la familia	58
6. Protagonistas pero no fuentes	61
6.1. Las agencias, en primera línea	62
7. La Red y el impulso a la noticia-comentario	59

SEGUNDA PARTE. RECURSOS INTERACTIVOS Y MULTIMEDIA

(I) LA INFORMACIÓN GENERAL	73
Teresa Sandoval y Bárbara Yuste	
1. El auge de la imagen	75
2. Los enlaces aumentan su presencia	81
2.1. La primacía del <i>link</i> documental	84
3. Enlaces predominantes y ausentes	87
3.1. Noticias recurrentes frente a webs externas	87
3.1.1. Medios que no siguen a la media	88
3.2. El vídeo comienza a estar	90
3.2.1. Ausencias en los medios	90
3.3. La participación, en ciernes	91
3.4. Redacciones digitales sin moderadores	94
3.5. La política, la mejor cuidada	95
3.6. Procedencia y fuentes, claves en la elección del <i>link</i>	106

(II) LA INMIGRACIÓN	109
Teresa Sandoval y Bárbara Yuste	
1. La fotografía resalta la tragedia	111
2. Los medios digitales obvian el contexto de la inmigración	117
2.1. Olvido del pasado	119
2.2. Los rostros visibles, los mismos: más políticos	121
2.3. La participación, la asignatura pendiente	123
Bibliografía de la primera y segunda parte	133

TERCERA PARTE. LA VOZ DE LOS PROTAGONISTAS

(I) HABLAN LOS PERIODISTAS	135
Pilar Carrera	
1. Afluencia informativa	137
2. Criterios de noticiabilidad	139
3. Agenda política y agenda propia	141
4. Retos en el tratamiento informativo	143
5. Especialización	145
6. El lenguaje	147
7. Fuentes	149
8. ¿Racismo, clasismo, miedo...?	151
9. Estereotipos	155
10. Target	157
11. Conciencia social	159
12. A modo de conclusión	161

(II) LA VISIÓN DE LOS PROPIOS MEDIOS	163
Guadalupe Aguado y José Fernández-Beaumont	
Introducción	165
1. Atención a los temas de inmigración	167
2. ¿Qué es noticia en materia de inmigración?	169
3. Influencias sobre la agenda	171
4. Tratamiento de contenidos	173
5. Diferencias informativas según el origen	177
6. Los inmigrantes como fuentes	179
7. Los estereotipos	181
8. Los riesgos de fomentar el racismo	183
9. La función de los medios	187
10. La visión del Periodismo ciudadano en general	189
11. Periodismo participativo en los medios para inmigrantes	191
Conclusiones	193
(III) LOS INMIGRANTES ANALIZAN LA INMIGRACIÓN Y EL PERIODISMO ...	195
M. ^a Pilar Diezhandino y Guadalupe Aguado	
1. Asociación de Cooperación Bolivia-España (ACOBEB)	199
2. Asociación Solidaria para la Integración Social del Inmigrante (ASISI)	203
3. Centro Cultural Islámico de Madrid	209
4. Asociación para la Prevención, Reinserción y Atención de Mujeres Prostitutas (APRAMP)	213
5. Comité para la Educación e Integración de Inmigrantes Chinos en España (CEIICHES)	215

6. Asociación Cultural de Ayuda e Integración al Pueblo Rumano	217
7. Asociación Cultural Inti Raymi	219
8. Experiencias personales. Historias de vida	221

CUARTA PARTE. EL CONTEXTO

(I) MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INMIGRANTES	229
José Fernández-Beaumont y José Vicente García Santamaría	
1. Introducción	231
2. Las bases demográficas y económicas	233
3. Inmigración y medios de comunicación propios	235
4. Los contenidos	243
5. Estudio EMI de medios para inmigrantes	245
6. La dieta mediática de los inmigrantes	255
7. Conclusiones	263
Referencias bibliográficas	265
(II) EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA INMIGRACIÓN EN ESPAÑA	267
Matilde Eiroa San Francisco	
Introducción	269
1. La evolución histórica de España como país de acogida	271
2. La inmigración en España a comienzos del siglo XXI	275
2.1. La atención oficial a la inmigración: instituciones y organismos públicos	280
2.2. El colectivo marroquí	284
2.3. El caso de los ecuatorianos	287
2.4. La inmigración china	288
2.5. La inmigración reciente de los europeos centro orientales	290

3. La situación en los países de origen	293
3.1. El Sur de América	293
3.1.1. La América Andina: Ecuador, Perú, Colombia	293
3.1.2. El cono sur: Argentina	296
3.2. El Magreb: Marruecos	297
3.3. Los países de la ampliación europea del año 2007: Bulgaria y Rumanía	298
3.4. El país más poblado del planeta: China	300
4. Enlaces de interés	303
Metodología	307
Relación de gráficos y tablas	311

PRÓLOGO

Inmigración y periodismo digital son dos fenómenos que, entendidos de forma conjunta desde un punto de vista operativo, plantean importantes desafíos para el estudio de los cambios que se están produciendo en la sociedad española en los últimos tiempos.

Los dos temas –uno de índole social y otro tecnológico– se presentan también como focos de interés para Fundación Telefónica, institución que una vez más demuestra su compromiso con la promoción del debate, el análisis y la divulgación de determinados temas relevantes e innovadores de la sociedad tratando de buscar las mejores ayudas para entender y, si es preciso, resolver los problemas que se detectan al respecto.

Bajo estas premisas publicamos el presente libro, al amparo del convenio marco suscrito con la Universidad Carlos III de Madrid para el desarrollo de un Observatorio del Periodismo en Internet y que dio sus primeros frutos en la obra *Periodismo en la era de Internet*, publicado en 2008 en la misma Colección Fundación Telefónica/Ariel.

Al igual que en aquella ocasión, la investigación, cuyos resultados refleja este informe, ha corrido a cargo del grupo PASEET (Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias) dirigido por la catedrática María Pilar Diezhandino.

«No corren buenos tiempos para el periodismo», dice la directora de este informe refiriéndose al periodismo clásico. Quizás no importa tanto si son buenos o malos tiempos porque la actividad social sigue reclamando la atención de los medios.

Conviene tener presente, sin embargo, que hoy los problemas sociales siguen siendo objeto de información y por ello se trasladan también a la Red y a los medios digitales en general, de tal forma que hemos de ir familiarizándonos con la terminología derivada del Periodismo 3.0. A su manera también los medios digitales, acordes con la evolución social, no tienen más remedio que replantearse su papel como suministradores de información y creadores activos de opinión.

Vistas así las cosas, en este contexto de profundos cambios mediáticos, podemos entender también el valor del tema de la inmigración que, desde la perspectiva española, es un hecho económico, social y hasta cultural muy relevante. Por eso creemos que es un acierto que se estudie este fenómeno en sus múltiples dimensiones de formas, tratamiento y contenidos y que, además del análisis académico, se aporten testimonios, experiencias y puntos de vista de los propios protagonistas.

Sólo me queda invitar a todos a la lectura de este libro que estoy seguro resultará de interés no sólo para aquellos que se encuentran en el entorno universitario y profesional de la comunicación y

de la sociología sino también para quienes tienen la responsabilidad de aplicar políticas públicas de inmigración sin olvidar, por supuesto, a los propios inmigrantes representados en sus múltiples organizaciones.

Javier Nadal

Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica

PRESENTACIÓN

La crisis del Periodismo

Éste es el segundo estudio¹ sobre el tratamiento de la información periodística en España. De nuevo, hemos tratado de adentrarnos en el quehacer periodístico: a qué temas o ámbitos temáticos de la realidad cotidiana se confiere importancia, cómo se conforma la agenda mediática, sobre qué fuentes se construye el relato, qué prioridades se aprecian en el día a día de las redacciones, qué personajes aparecen, qué género prevalece... En este caso, centrándonos ya exclusivamente en los medios digitales, a diferencia del informe anterior en el que se abordaba un análisis comparativo entre tradicionales y nuevos medios. Se ha hecho así, porque entendemos que ya la Red² es el *medio* por excelencia. En claro ascenso, es el medio universal, imperante en un futuro que ya se confunde con el presente y, por consiguiente, todo lo que no se haga hoy en una redacción digital, será para el periodismo definitivamente una oportunidad perdida.

El problema de la actual realidad comunicativa es que, lo que los medios periodísticos pierden en credibilidad, lo están ganando con creces en fervor ciudadano *blogs* y redes sociales, distantes por su propia naturaleza del fin periodístico clásico, basado en «la veracidad de lo contado». Un hecho diferente es que los *blogs* se estén convirtiendo en una buena herramienta para periodistas y medios, utilizados, como lo están haciendo, a modo de material incorporado al medio, facilitado por distintos especialistas.

Entrar a considerar si el periódico en papel sobrevivirá o morirá,³ ya es una cuestión de tono menor, desde luego desfasada, entre otras razones porque, como siempre ha ocurrido, mientras se haga buen Periodismo, el medio será sólo su vehículo. La verdadera discusión que, sin embargo, no se ha planteado en toda su magnitud, es si sobrevivirá o no el Periodismo, entendido como profesión cuyo objetivo es elaborar y transmitir información veraz de interés general. La cuestión es si está o no en peligro la profesión de ser devorada por la inabarcable dimensión del flujo incesante de información de todo tipo que circula por la Red: información actualizada, instantánea, en bruto, espontánea, valorada, personalizada, voluntarista, profesional... Información vertida, tanto por los máximos organismos internacionales o nacionales, por los propios medios periodísticos, como por cualquier usuario con voluntad de compartir desde sus conocimientos, a sus vivencias o sus sospechas, sus filias o sus fobias, su análisis ecuánime o

1. El primero se publicó con el título *El periodismo en la era de Internet*, Ariel/Fundación Telefónica, 2008.

2. En España más del 30% de la población accede a Internet.

3. Los pronósticos ya resultan banales. «En cinco años, con toda seguridad existirán periódicos escritos. Dentro de diez, si se hacen las cosas precisas, a lo mejor, probablemente sí. En quince, no estoy seguro de que sigan existiendo tal y como los conocemos. Existirán si luchamos para que existan», J. L. Cebrián (*El País*, 20-1-09).

la más siniestra de las conjeturas. El mundo ha empezado a confundirse con la Red. Todo en una mezcla de armonía y desconcierto para una ciudadanía que dispone de un potencial de información tan inabarcable como, por ello mismo, informe, en tanto sobredimensionado. Aunque ese potencial, esa supuesta masa informe empieza a organizarse, a utilizarse no sólo como fuente. (De momento, acaba de aparecer el primer periódico impreso, *The Printed blog*, elaborado a partir de material de los *blogs*⁴). Y, lo que es más importante, a reconocerse como el mayor y mejor recurso comunicativo que se haya conocido jamás.⁵ Todo parece encontrarse en la Red. Desde los buscadores (Google, Yahoo... que están logrando un suculento negocio a base de hacer circular en su beneficio toda esa información) y la tecnología RSS y los agregadores (*Menéame*...), hasta las páginas webs individuales, colectivas, institucionales, portales, *blogs*, redes sociales, wikipedia, *You Tube*... por no hablar del correo electrónico, que ofrece la posibilidad del acceso directo y personal a las fuentes. Libros enteros volcados en la Red, informes, diccionarios, artículos, entrevistas con las cabezas más preclaras o las más siniestras⁶ del momento, videos, material complementario de todo tipo, visiones de primera mano de los grandes y pequeños acontecimientos del universo global, en auténtica versión original, permiten que, aparentemente, no haya necesidad que no pueda ser resuelta en el momento en que se presenta; dato que no pueda ser encontrado; duda instrumental que no pueda ser esclarecida; petición concreta, satisfecha. En estas circunstancias, la pregunta es qué ofrece el Periodismo que no se encuentre fuera de él.

La preocupación, pues, debe ser si el Periodismo no empieza ya a ser subsumido, o directamente sustituido, por todos los recursos –con el nombre justamente de Periodismo 3.0– que aporta la Red, desde la blogosfera hasta las redes sociales, generadoras, ya no sólo de recursos informativos y contacto interpersonal, sino de una nueva, atractiva y dinámica, forma de socialización e interacción comunicativa.

Los motivos de inquietud se refuerzan si se considera la posición que, como no podía ser de otra forma, está tomando la publicidad. Por una parte, porque se encuentra bajo el castigo de la crisis, como cualquier sector. Sólo un dato: a comienzos del 2009 se anunciaba ya que la publicidad institucional del Gobierno se reduciría un 19%.⁷ De promedio, se han reducido los ingresos publicitarios en un 30%. Por otra, porque la propia crisis ha adelantado el proceso de toma de decisiones. Ha llegado en un momento de cambio a un modelo de negocio nuevo, todavía sin definir. En la disyuntiva de tener que elegir soporte, la publicidad se está inclinando por el digital. Nada más natural. Ése es el futuro y el presente, pero además es una realidad que se mide en cifras (audiencias, lectores, usuarios y perfiles), exactamente lo que reclama el sector publicitario. No es casualidad que las redes sociales basen su negocio en los ingresos publicitarios. *Facebook* (150 millones de usuarios en el mundo, 1,6 millones en España) cuenta con más de 100.000 anunciantes. *Tuenti*, en España, 5,1 millones de usuarios; la holandesa *Hyves*, 7 millones; la francesa *Skyrock*, 12 millones... Un estudio de PEW Internet, en Estados Unidos, indica que el número de inter-

4. *elmundo.es*, 30-1-09.

5. La agencia Reuters (30-01-2009), en plena época de los Oscars, daba la noticia de la precaria situación que están viviendo los diarios *Daily Variety* y *The Hollywood Reporter*, con más de 75 años de antigüedad, por la creciente competencia de los blogueros que proporcionan una dieta diaria de noticias y cotilleos sobre Hollywood, como el *DeadlineHollywoodDaily.com* de Nikki Finkle, el *TheDailyBeast.com*, de Tina Brown y *MovieCityNews.com*, de David Poland.

6. Aunque aquí no vamos a entrar en esa zona de sombras de la Red, que, sin embargo, ofrece al Periodismo otros importantes motivos para ser activo en el desempeño de su función de servicio a la comunidad. Porque, si cabe todo en Internet, cabe también la maldad, la mendacidad, la intoxicación, la injuria y la calumnia, el anonimato, el rumor falaz y el dardo mortífero... Todo entra sin filtros, con autoría o desde el más absoluto anonimato.

7. El dato que ofrece el informe *State of the News Media, 2009*, del Project for Excellence in Journalism (www.Journalism.org) sobre Estados Unidos es que los periódicos han perdido un 23% de publicidad. Unos están en bancarota y otros han perdido las tres cuartas partes de su valor.

nautas adultos que cuentan con al menos un perfil en una red social alcanza el 35%, una tasa que se ha cuadruplicado en tres años.⁸ Las redes sociales tienen 1,6 billones de inversión publicitaria en Estados Unidos y los datos crecientes de acceso a la Red ya son indiscutibles.

Sin paliativos

«La tasa de mortalidad de los periódicos es altísima. La fiesta ha terminado para todos y habrá que ser consecuentes», explicaba recientemente Juan Luis Cebrián,⁹ consejero delegado de Prisa. Y hablaba de «refundar el periódico»,¹⁰ es decir, «abordar cambios «orientados a modernizar la estructura de producción».

No es baladí que, en poco tiempo, los periódicos gratuitos, sostenidos por la publicidad, hayan pasado de ser (o parecer) una amenaza para los de pago, a vivir en la cuerda floja. En enero de 2009, *ADN.es* y *Metro* anunciaron su retirada del mercado en apenas dos semanas.¹¹

Sin duda, la manifestación que convocó la Asociación de Prensa de Madrid, APM, el 13 de febrero de 2009 llegó demasiado tarde. Aunque no deja de ser sintomática como iniciativa in extremis de una Asociación de Periodistas que jamás había alentado acciones parecidas.

Según la presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Magis Iglesias, 1.800 periodistas en los últimos meses perdieron su puesto de trabajo en el último trimestre de 2008, cifra a la que hay que sumar los tres mil profesionales del sector que ya se encontraban en situación de desempleo. El 20% del empleo periodístico «puede estar en riesgo» este año por culpa de la crisis económica, lo que supone alrededor de cinco mil puestos de trabajo, según el presidente de la Asociación de Periodistas de Madrid (APM), Fernando González Urbaneja.¹²

En el informe *State of the News Media, 2009*, se ofrece este dato: uno de cada cinco periodistas que en 2001 trabajaban en la redacción de un periódico están hoy fuera.

Las noticias de cierres y bancarrotas llegan sin cesar en los últimos tiempos: ERE del Grupo ZETA que afecta al 25% de la plantilla, *plan de ajuste* (eufemismo que significa despido) para el 54% de la plantilla en ABC, ERE en UNEDISA, plan de prejubilaciones en *ELPAÍS.com*, cierre del portal financiero Bolsa 5 de Tele 5 y Orange, cierre de la edición digital de *ADN.es*, ya mencionada, supresión de puestos de trabajo en

8. Cfr. www.pewinternet.org/pdfs.elmundo.es, 2-2-09.

9. «*EL PAÍS* se reinventa», 20-1-09.

10. Y añade: «*EL PAÍS* se va a convertir en una empresa de producción de contenidos de calidad para papel, Internet y teléfonos móviles», a través de un nuevo modelo organizativo que supone «un cambio estructural» y cristaliza en la creación de tres nuevas empresas. La redacción de *EL PAÍS* se fundirá con la de su edición en Internet (que hasta el momento dependía de otra empresa del grupo, Prisa.com).

elmundo.es iniciaba a su vez el 11 de enero de 2009 un nuevo diseño en sus dos versiones y decía sobre la digital: «Los lectores pueden disfrutar ahora de una página más legible y versátil sin restar ni un mínimo de información. La web incorpora una nueva sección de Opinión y mantiene su apuesta por la información y la imagen. Eso sí, entrar hoy en *elmundo.es* será encontrar un portal más rápido, claro, limpio y ágil.»

11. «La coyuntura económica y el descenso de ingresos en el mercado publicitario han sido las principales causas de esta decisión», según Joan Alegret, director de Medios Digitales de Planeta. *ADN.es* se suma así a la lista de bajas causadas por la actual crisis económica. El pasado diciembre, la presidenta de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), Pilar de Yarza, alertó de «la crisis profunda y globalizada» de los diarios, y reclamó que el plan de ayudas públicas alentado por el Gobierno abarque también a la prensa, como han hecho países como Francia, Noruega, Italia o Dinamarca (Cfr. *ELPAÍS.com*, 9-1-09).

12. *Elmundo.es*, 14-2-09.

Libertad Digital TV, ERE del operador ONO que afectó a 1.300 trabajadores, más anuncios de cierres de medios en Almería...

En otras latitudes, la situación es la misma: suspensión de pagos de la compañía Tribune (*Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*, *The Baltimore Sun* y *The Orlando Sentinel*), con despidos múltiples en *Los Angeles Times*... Para qué seguir.

No son, desde luego buenos tiempos para los medios tradicionales generalistas.

Tampoco lo son para el nicho de medios especializados para inmigrantes, hechos por o para ellos. Tienen, sin embargo, una ventaja con respecto a los otros medios: la crisis no les ha sorprendido ni afectado tanto porque «viven desde el principio en una situación de crisis».¹³

Se podría señalar, no obstante, como dato positivo que no se ha registrado ninguna baja, ningún cierre de medios para inmigrantes. Es más, todos se sienten esperanzados y capaces de superar esta crisis a base de presentar soluciones imaginativas, cosa nada fácil de conseguir. Frente a la inseguridad hay que aportar, y ellos lo hacen, más dedicación para mantener a partes iguales, calidad y credibilidad.

En todo caso, no son buenos tiempos para el Periodismo.

Y sin embargo, el Periodismo se perfila cada vez más como una necesidad imperiosa para que el ciudadano abrumado de esta sociedad aparentemente hiperinformada, de tecnologías supuestamente democratizadoras, basadas en una libertad individual carente de exigencias y autocontroles éticos, pueda acudir a una «reserva» de información ordenada, verificada, contrastada, contextualizada, atinada, exigente, rigurosa, valiente... que le permita estar seguro de que ahora, sí, realmente está informado.

M.^a Pilar Diezhandino

13. En un debate celebrado en la Casa de América sobre *El futuro de los medios de la inmigración* (15 de abril de 2009), Dionisia Mata, de Mediaplanning; José Luis Salvatierra, director de *Ocio Latino*; Joaquín Mulen, periodista de *Top Radio* y Juan Carlos Ruiz, director general de revistas *Raíz*, coincidían en señalar que la crisis en los medios para inmigrantes se notaba y era evidente, porque estaban huyendo los inversores privados, bajaba la publicidad y se veían obligados a recortar gastos generales y de personal.

RASGOS GENERALES DEL PERIODISMO DIGITAL

El corpus de esta investigación lo han constituido 17 periódicos digitales con referente en papel (véase cap. Metodología). Sólo con referente en papel porque se trataba de comprobar cómo los medios tradicionales impresos han ido experimentando su adaptación a la cultura de la Red, y de conocer su posición fronteriza entre el viejo y el nuevo marco del escenario periodístico.

Se han analizado un total de 1.735 informaciones para seguir la pista de los procedimientos del trabajo periodístico: qué temas se cubren y cómo, con qué criterios y jerarquía, cuál es su procedencia, a qué fuentes se acude, qué voces predominan, qué géneros se mantienen o renuevan, cómo o quién marca la agenda...

El trabajo tiene dos partes: una general que analiza las tres primeras noticias de portada (un total de 1.111 informaciones codificadas) y pretende observar los principales rasgos del comportamiento periodístico en la Red; y otra específica, el análisis sobre un campo temático de interés que entendemos especial: el tratamiento de la inmigración, cuya intención es comprobar si el comportamiento varía cuando se trata de una situación con componentes de gran calado social.

Para esta parte se han recogido 624 informaciones: 94 de portada, a partir de la cuarta noticia y 530 extraídas del interior.

Lo que sigue corresponde a la primera parte, pero es aplicable a ambas:

- Se mantiene la tendencia que se apreciaba en el informe anterior: el tema prioritario es, sin lugar a dudas, la política. Bien es cierto que, en el conjunto de los medios, los resultados en esta ocasión ofrecen algunas variaciones y contradicciones: una de ellas es que se reduce unos puntos la política en los tres temas de apertura de portada, aunque aumenta la presencia de los políticos como personajes de la noticia hasta un 43,68% de los casos. Lo cual significa que la voz y presencia del político va más allá de los temas propios de su ámbito de referencia. De manera que lo que en un principio puede suponer un cambio en la cobertura general del medio, es en realidad un síntoma de afianzamiento. Se podría expresar así: lo político va más allá de la política.
- La presencia de las agencias de noticias se afianza. Es tan contundente que se diría que todo el peso de lo que queda del Periodismo en el sentido clásico del término, de búsqueda y elaboración propia de la noticia, recae sobre ellas. No en balde, las agencias de noticias representan el valor más alto como fuente de la información, 54,95%. Y a su vez, de ellas procede, al menos, el 38,95% de los contenidos. Y la cifra sería aún más elevada si los medios citaran siempre la procedencia y la fuente de la información. Pero no es así ni mucho menos. La data no da fiel cuenta en un alto porcentaje de casos ni de quién ha elaborado la información ni de dónde procede.
- Persiste, o mejor, se afianza la cultura de la atomización informativa, basada en uno de los más frágiles conceptos periodísticos, el de la noticia entendida como novedad. Un concepto aparentemente abier-

to, en cuanto al motivo noticioso, pero lo suficientemente frágil como para poder ser objeto de intereses espurios, bien sean mercantiles, propagandísticos, electorales... Objeto, en fin, del marketing, sea comercial o político, bajo cuya égida se sitúan los medios. Todo aquel que ofrezca una «noticia», con sus correspondientes tintes de actualidad, novedad, notabilidad..., será bienvenido al reino del «todo vale periodístico». La noticia está dejando de ser información de indiscutible interés general para convertirse en el producto-base de ese gran mercado de la comunicación en el que imperan los más fuertes.

- Es muy evidente el trabajo sin fuentes: 24,18%, o con referencias incompletas. Y es así, aun cuando la fuente se encuentra instalada en la propia Red, con lo que ello significa de pérdida de confianza en el medio. Sobresale, y sobresalta, el poco respeto por una norma básica en Periodismo: trabajar con fuentes y atribuir a las fuentes cuanto hayan aportado. Pero la omisión es hábito general.
- La ausencia de identificación de personaje y fuente de la noticia es una tónica general. El 62,73% de los personajes de la noticia no se identifican, y el dato asciende al 97,63%, en el caso de las fuentes. La categoría con la identificación de las voces y los recursos utilizados está dando lugar al uso de una especie de *genérico institucional*, sin rostro ni sexo, al que se atribuye valor de fuente. Se ha impuesto definitivamente este tipo de referencias: «Según datos del Fondo Monetario Internacional...», «Fuentes de la Delegación del Gobierno...», «Fuentes de la Policía Nacional...», «Según fuentes de la Investigación...», etc.
- Puede decirse que estamos asistiendo a un Periodismo que se limita a ser exponente o plataforma de actuaciones informativas de agendas ajenas.¹ La institucionalización (o externalización si acudieramos al lenguaje televisivo) de la información es un hecho sin precedentes y en este sentido no se salvan tampoco las agencias.
- El Periodismo, pues, se afianza en la línea de su papel como gestor de contenidos y no indagador e investigador de los temas que van a constituir la cobertura del medio. Apenas un 2,45% de la cobertura responde a la agenda propia del medio.
- La mujer sigue en clamorosa desventaja respecto del hombre. Se le niega la categoría suficiente para ser personaje, y menos aún fuente de la noticia.
- El panorama no es muy halagüeño. Y no puede achacarse toda la responsabilidad al periodista. La empresa, definitivamente, no apuesta por los contenidos de calidad. Trabajar con plantillas reducidas tiene sus consecuencias. Este problema, que naturalmente se agudiza en estos momentos de crisis, no nace con la crisis. Es muy anterior, quizá una de sus causas, o cuando menos, una de las causas de la pérdida de credibilidad que, unido a la gratuidad y abundancia de la Red, ha generado abandonos masivos de los medios tradicionales.
- Es de temer que cuando los grupos periodísticos hablan de ese periodista polivalente, multimedia, de las redacciones integradas, lo hagan pensando en expertos tecnólogos en beneficio de la reutilización y aprovechamiento de cualquier material informativo diversificado en versiones multimedia (multiusos), pero no tanto en sólidos creadores de contenidos de calidad, buscadores de buenas historias, soportes de ese derecho a saber de los públicos... Polivalentes en destrezas tecnológicas, no en capacidades intelectuales, narrativas e interpretativas. De hecho, no se aprecia otra innovación que no venga de la mano de los recursos que ofrece la propia Red. Un ejemplo son los géneros periodísticos. A pesar de

1. No ocurre sólo en España. En el informe *State of the News Media, 2009*, en referencia a la campaña electoral, el mejor test para saber con qué criterios trabajan los periodistas, se dice con claridad: «La prensa está siendo cada vez más pasiva. En conjunto, opera más como canal y facilitador de las campañas y menos como repórter que investiga hechos desconocidos y formula preguntas independientes. La mayor parte de lo que sabemos sobre los candidatos procede de lo que ellos desean comunicar, o errores que cometen en la tribuna pública».

que estamos ante una nueva forma de comunicación, expresión y socialización, los viejos géneros siguen marcando el tipo de relato en la Red. Sólo en el peso que cobra la valoración puede apreciarse un cambio.

- Muchas versiones digitales, y desde luego de manera especial de los gratuitos, empiezan a resultar más un portal de entretenimiento que un medio de comunicación. Prueba de ello es la incorporación de titulares de *pinchado* fácil, propio de temas ligeros, de ocio, y un punto sensacionalistas.
- De todo ello se deduce que los medios tendrán que obligarse a un replanteamiento serio de su futuro papel en el vasto campo de la información. Mantendrán su presencia y reforzarán su papel como creadores activos de opinión en la medida en que *afinen* los métodos de trabajo, reformulen la función que quieren representar y sean conscientes de la necesidad imperiosa de los consumidores de información de creer en ellos.

Sobre gráficos, enlaces e hipervínculos

- Un 56,62% de los temas de apertura de portada van acompañados de gráficos, que, en la mayoría de los casos, preceden al texto. Se trata de una fotografía en el 98,36% de los casos.
- Es una tendencia ascendente que puede considerarse una medida distintiva frente a los agregadores de contenidos, los sitios como *Google News* o los marcadores sociales como *Menéame*, que en contadas ocasiones presentan un apoyo gráfico.
- Más de la mitad de las noticias que ocupan los primeros puestos en la portada de un medio digital incorporan enlaces. La relevancia informativa que el medio confiere al tema se confirma con el uso de hipervínculos.
- Por decirlo con números: 633 noticias acumulan un total de 3.248 enlaces, lo que significa algo más de cinco enlaces por noticia.
- Ya no es suficiente la actualización de la información. La búsqueda de la participación es una constante.
- La diferencia entre los enlaces documentales (56,98%) y los interactivos (53,92%) es mínima.

Y, en medio de todo este panorama, lo que resulta claro es que se están buscando fórmulas con las que acertar a trabajar en la Red. Que no se queden en meros adornos con los que ilustrar la apariencia es de lo que se trata.

M.^a Pilar Diezhandino

PRIMERA PARTE. LOS CONTENIDOS

(I) LA INFORMACIÓN GENERAL

M.º Pilar Diezhandino

1. LOS GRANDES TEMAS DE PORTADA¹

1.1. Domina el carácter político

La Política tiene para los medios un atractivo irresistible. Mantiene, contra cualquier pronóstico, su primerísimo lugar. Nada menos que el 31,68% de los temas de portada son políticos en su sentido más literal, en tanto que provenientes de acciones, actuaciones o declaraciones de políticos. Entran en esta categoría cuanto se deriva de la actividad (e intervenciones de sus representantes) de gobiernos, central y autonómicos, parlamentos, ayuntamientos, instituciones y organismos internacionales, partidos políticos; y el componente de acción política de la actividad sindical. Le siguen Sociedad (18,45%), Sucesos (9%), Terrorismo (8,37%), Economía (7,92%), Justicia (7,38%), Deportes (7,02%), etc. Nada nuevo ni significativo. Supone una actuación bien asentada en la cultura mediática. La oscilación hacia arriba o hacia abajo no cambia el comportamiento habitual. Se prima *lo político*, más que la Política en su sentido más noble: cuanto se relaciona con los asuntos públicos, la actividad de las Administraciones públicas (o la dirigida a captar su atención), desde el interés de la comunidad, del ciudadano particular, de colectivos profesionales o instancias públicas o privadas, en quienes finalmente repercute. Lo que predomina, en definitiva,

es básicamente el carácter político de cualquier actividad, y la confrontación partidista.²

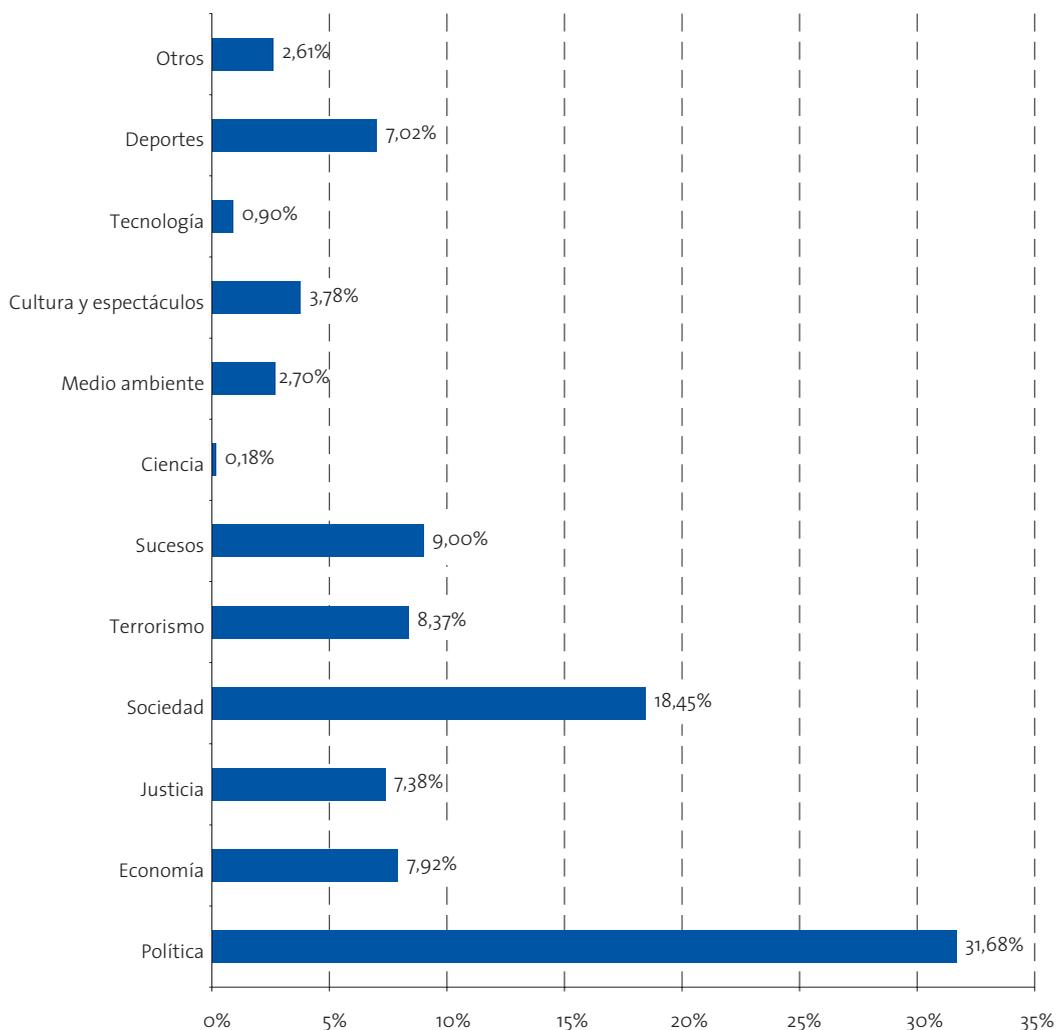
Y el predominio de la Política justifica, como es lógico, la sobresaliente presencia de la sección homónima, cualquiera que sea la denominación que tenga en cada medio: 37,71%. A Internacional corresponde el 16,47%, un ámbito con escasa atención a cuanto no se relacione con primeros mandatarios y sus decisiones y actuaciones, incluido el tratamiento que afecta a los conflictos con grave repercusión ciudadana. Lo que significa que un 54,18% de la cobertura corresponde a temas de Política, interior y exterior.

Ello es así porque el sistema organizativo de los medios da prioridad a los focos institucionales de la noticia. Y la balanza se inclina a favor del carácter político-noticioso, porque la información se asienta sobre lo concerniente a la *actualidad inminente*, entelequia convertida en materia de negocio y centro de la actividad de la que se encargan con ahínco y atino asesores, gestores, creadores y redactores que trabajan en el poderoso marco de la comunicación política. Los cada vez más potentes y profesionales servicios de comunicación y *marketing* político se encargan, primero, de diseñar una agenda con la mirada puesta en los medios y su cultura de la *noticiabilidad*; y segundo, de

1. Recuérdese que los datos de este apartado proceden del análisis de las tres primeras noticias de portada.

2. No han calado en la clase periodística los resultados del Barómetro Global de Corrupción, 2004, elaborado por la ONG Transparencia Internacional con encuestas en 62 países. Revelaban que los ciudadanos perciben a los partidos políticos como las instituciones más corruptas, pero así como en la media del resto de los países encuestados el segundo lugar lo ocupaba el Parlamento, seguido de Policía, Justicia, Hacienda, Empresas, Aduanas, Medios, Sanidad y Educación; en España, en segundo lugar, estaban los Medios. El estudio fue elaborado por Gallup Internacional con más de 50.000 encuestados.

Gráfico A1. TEMAS DE LAS TRES PRIMERAS NOTICIAS DE PORTADA



una nutridísima información, cuidadosamente elaborada, en buena parte con la imagen incorporada, para que el paquete sea completo, y por el cómodo sistema de la *entrega a domicilio*.

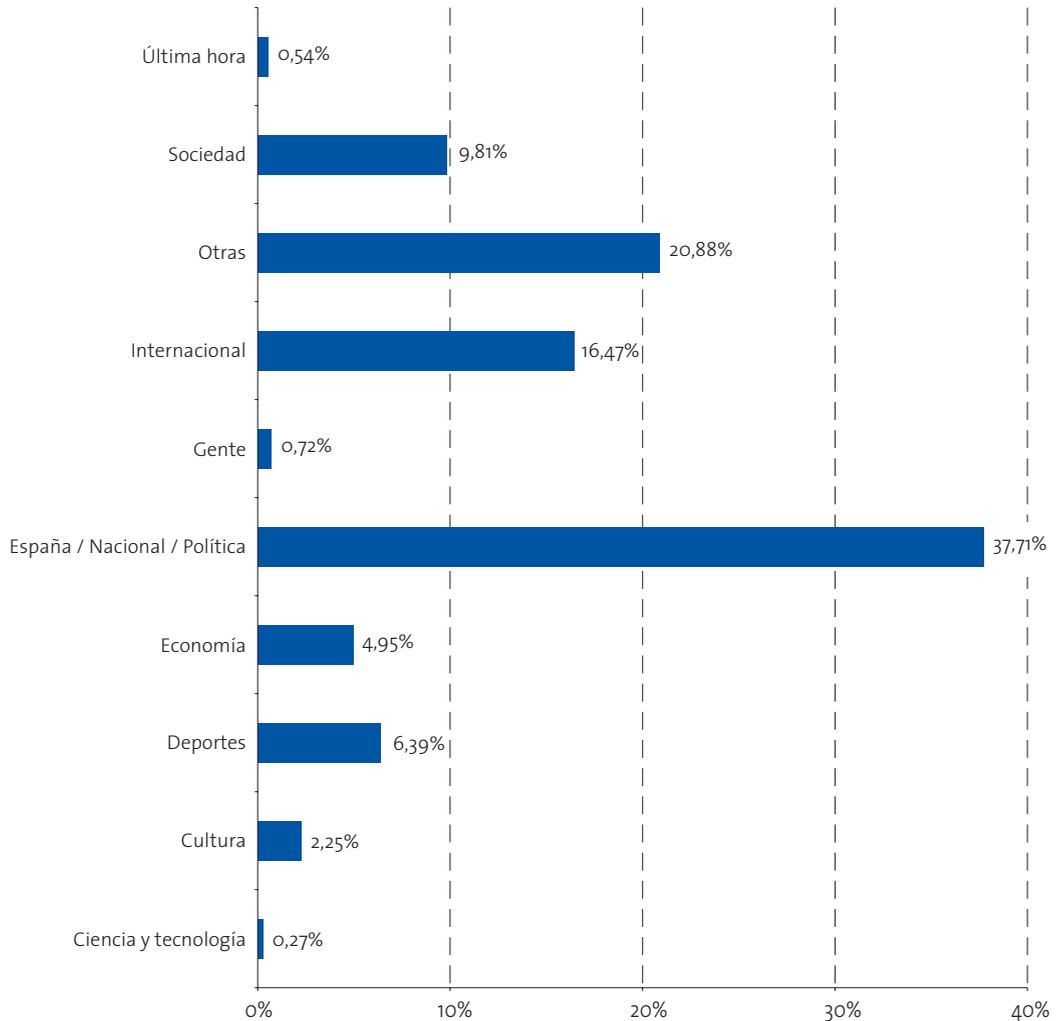
En el escenario social, de todo lo digno de *noticiarse* se encarga también, con el mismo método y fin, la sociedad civil organizada: asociaciones, ONG, centros de estudio y análisis, *think tanks*, *lobbies* de todo tipo... que ya cuentan, cada cual en la me-

da de su capacidad, con recursos de comunicación.

1.2. Lo demás puede esperar

Ese arraigo de la cultura de la *noticiabilidad*, de la *estricta* actualidad, tan acaparada por los asesores de comunicación, que están siempre organi-

Gráfico A2. LOS TEMAS POR SECCIONES



zando su actuación ya sea para atraer, ya para *despistar* a los medios, sus grandes altavoces, viene expresado gráficamente en una idea bien asumida por los periodistas: «Las declaraciones políticas son la noticia del día.» Lo que no tiene esa impronta de actualidad inminente, «puede esperar».³

3. Daida Rodríguez, del *Canarias* 7, 1976: 22.

4. Hage, Ismach, Hartgen, 1976: 22.

Ya Max Ways se avergonzaba del afán de los medios por centrarse en las decisiones gubernamentales y los «*event trap*» (acontecimiento trampa). Porque, decía, «esa concepción del acontecimiento es la causa más perniciosa de la anemia editorial».⁴ Después de más de 30 años, la sentencia no ha perdido interés y frescura. Todo lo contrario.

Recuérdese que se está hablando de temas de portada y, en concreto, los tres primeros temas de portada, y ese porcentaje representa más que cantidad de información, la estimación de importancia noticiosa, con lo que ello supone en términos de influencia en la agenda pública, al menos en relación a aquello en lo que los creadores de la *Agenda Setting* ponían el acento: *sobre qué pensar*, más que *qué pensar sobre*.

1.3. Lo social, a tercera...

Los temas de Sociedad ocupan el segundo lugar en importancia mediática del conjunto de los medios analizados. Se entienden como sociales todos aquellos temas que hacen referencia a motivos de interés que afectan a las personas, al ciudadano, parafraseando a Ortega y Gasset, como *ser social*: salud, religión, educación, familia, asistencia y protección social, seguridad ciudadana, inmigración, conflictos vecinales, tráfico, adicciones, infancia, malos tratos, aborto, nuevas formas de familia, etc. Desde luego, cualquier tema con posible referencia a ese interés social e individual.

De esos términos genéricos, Sociedad, Social, en este trabajo se han analizado siete categorías: Violencia contra las mujeres, Sanidad, Educación, Religión, Inmigración, Mujer y Otros. Se han focalizado, para analizar su tratamiento en los medios, de manera específica esos contenidos de los ámbitos con mayor incidencia en los cambios sociales.

La Mujer, en general, como sujeto activo a todos los niveles, pero invisible en el mediático, y la violencia que la convierte en víctima, como un problema de primerísimo orden que ha conducido a iniciativas políticas sin precedentes, aunque sin grandes resultados, lamentablemente, hasta ahora; la Educación, como espacio en el que confluyen grandes retos a asumir; nada escapa a la conexión

con la educación recibida y la orientación, adecuada o no, de los estudios impartidos. El comportamiento, tanto individual como colectivo, y cuanto de él se deriva, está directamente asociado a la buena o mala educación recibida...

La Sanidad, no sólo en términos de salud, sino de compromiso sanitario, en lo que tiene de derechos ciudadanos, pero también de responsabilidad de gestores, profesionales y usuarios. Los dos primeros en cuanto afecta a la ética profesional: papel de vigilancia, prevención y atención;⁵ los usuarios, en cuanto afecta a la conciencia cívica. No hay que olvidar que la violencia contra el personal sanitario es una realidad en ascenso, pero no suele ser tema de interés periodístico.

La Religión, o mejor las Religiones. Los cinco millones de inmigrantes, de procedencias tan diversas, son practicantes de diferentes creencias religiosas, con toda la variedad de cultos, costumbres y culturas que ello significa. Pero siguen invisibles en los medios.

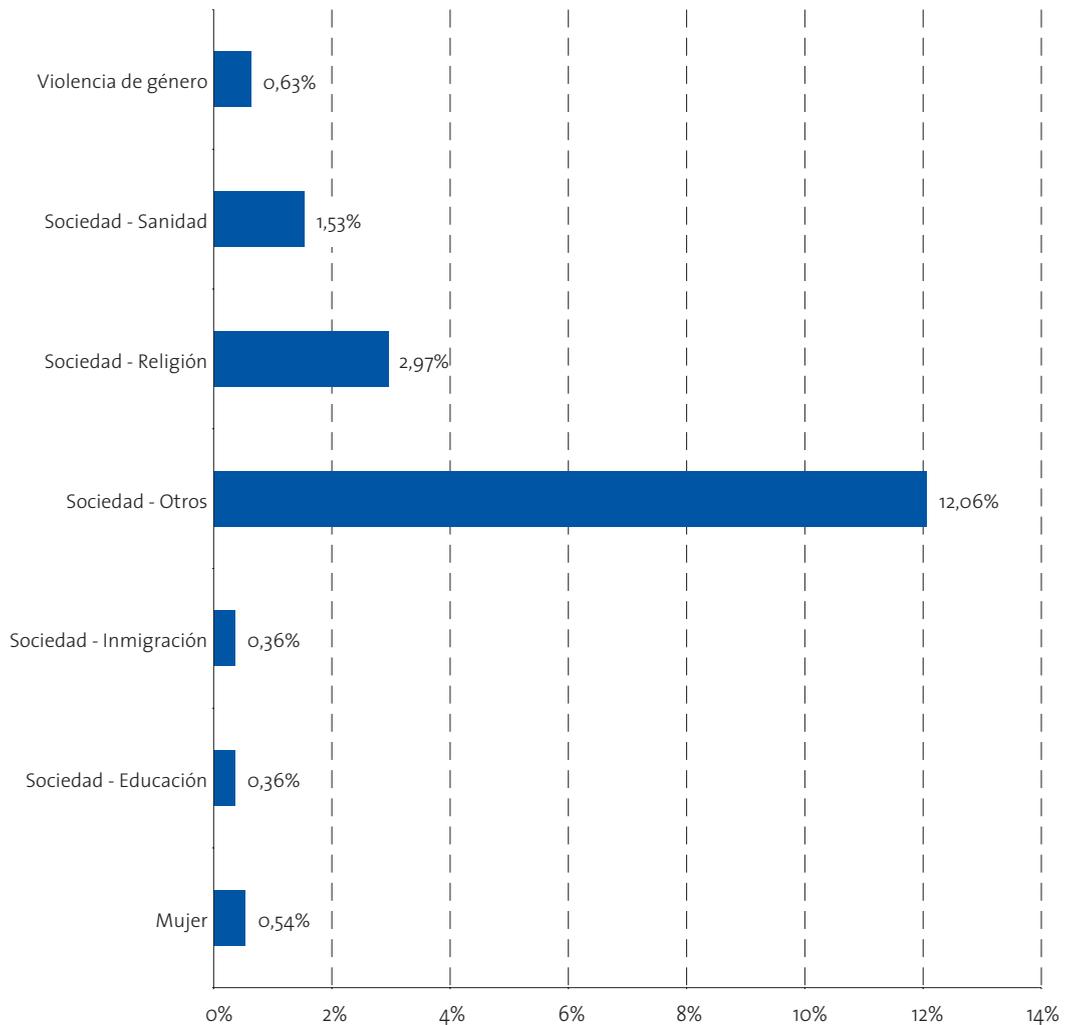
En la categoría Otros figura el resto. Con un espectro variopinto en ese ámbito de lo social. Los temas que lo integran se ajustan estrechamente al momento de la información, a la noticia, en definitiva, del día. Su recorrido va desde Tráfico (en esta ocasión, ha centrado la atención los efectos del carnet por puntos), quejas, movimientos o conflictos vecinales, personajes populares, situaciones festivas, obras públicas que afectan a la comunidad, etc.

Desagregando los datos, de acuerdo con las categorías introducidas dentro del marco de Sociedad, la categoría Otros supera con diferencia (12,06%) al resto: Religión (2,97%), Sanidad (1,58%), Violencia de género (0,63%), Mujer (0,54%),⁶ Inmigración (0,36%), Educación (0,36%). Es natural esta supremacía, dada la variedad temática que incluye, pero no lo es que sea tan imperceptible el resto, teniendo en cuenta que estamos hablando de los tres grandes temas de

5. Muchos síntomas de mal trato se detectan en los centros de atención primaria y hospitales.

6. Naturalmente son categorías separadas, pese a que la presencia de la mujer a menudo se reduce a los casos en los que es víctima de la violencia doméstica.

Gráfico A3. RESULTADOS GLOBALES. TEMA DE SOCIEDAD



apertura de portada. Basta recordar que el 0,36% de Inmigración significa un total de cuatro informaciones, de las 1.111 analizadas (correspondientes a las tres primeras noticias de portada).

Que Religión se encuentre en segundo lugar dentro de los temas sociales, se justifica en esta ocasión porque el matrimonio gay dio mucho que hablar a los representantes de la Iglesia. Y no se pasó por alto el aniversario de la muerte de Juan

Pablo II, la Semana Santa, Benedicto XVI y sus críticas a la política social y educativa del Gobierno. Recuérdese que la Ley Orgánica de Educación, 2/2006, se publicó en el BOE de 3 de mayo de 2006 (la enseñanza de la religión se encuentra en la disposición adicional segunda). Y hubo todo un proceso de discusiones, debates, encuentros, y desencuentros... muy noticioso. Y en toda la cobertura, el foco sólo ilumina a la religión católica. El resto no

existe para los medios. Y este hecho resulta curioso, porque las religiones protestante, judía y musulmana tienen el estatus de «Notorio arraigo».⁷ Y no son las únicas. Lo adquirieron en 2003, asimismo, la Iglesia mormona; y, en octubre de 2007, el budismo, con cerca de 300.000 adeptos entre practicantes y simpatizantes.

La práctica inexistencia de la categoría de Inmigración en las tres primeras posiciones noticiosas sólo puede achacarse a la consideración de lo que los periodistas entienden como temas con la importancia noticiosa suficiente como para abrir en portada.

Terminada la época de las grandes decisiones político administrativas reguladoras de la inmigra-

ción; terminada con ella, o atenuada, la polémica política, quedaron los cayucos. Sin duda motivo noticioso por excelencia en los medios. Pero demasiado *humano* para concederle el puesto de relevancia noticiosa que, de acuerdo con la cultura periodística, requiere la portada.

Las pateras, naturalmente, están presentes, más aún, van a ser el tema sin discusión del 2006, un año en que esa realidad de las tragedias en el Estrecho sensibilizó muchas conciencias públicas y mediáticas ante lo que se estaba convirtiendo en un continuo drama humano. Y así se mantiene.⁸ Pero una cosa es la abundancia en la información sobre un tema y, otra muy distinta, que figure en los primeros puestos de la jerarquía noticiosa.

7. Concepto que surge de la Ley Orgánica de Libertad Religiosa, promulgada a finales de los años ochenta. Se trata de un requisito imprescindible para entablar negociaciones con el Estado sobre temas de cooperación o financiación pública, derecho a enseñanza religiosa en las escuelas, acceso a los medios de comunicación públicos, etc. (<http://www.webislam.com/?idn=10707>).

8. El recuento de las pateras empezó el 1 de noviembre de 1988. Entonces se produjo la primera víctima en el Estrecho. Desde entonces ha habido al menos otras 18.000.

2. RELEVANCIA

2.1. ¿Qué temas priorizan los medios?

Y, como no podía ser de otra forma, por lo visto hasta ahora, el tema de apertura de portada (*cover story*), R1,¹ es naturalmente político: el 36,24%; seguido de Terrorismo, 13,49%; Sociedad, 13,23%; Economía, 9,79%; Justicia, 8,73%; Sucesos, 7,1%...

Estos datos muestran una diferencia con el informe anterior (2008), en el que, en los medios digitales, la Política representaba el 41,74% de la *cover story*, y Sociedad no llegaba al 8%.

El Terrorismo está en segundo lugar (frente al tercero del informe anterior). La actualidad impuso su presencia en el caso del Terrorismo. El 22 de marzo de 2006, ETA anunciaba que a partir de las 00.00 horas del 24 iniciaba el alto el fuego.² Sin duda, ese anuncio marcó la agenda.

Sociedad ha pasado del quinto lugar al tercero, con un 13,23%.

Aparece tímidamente Cultura y Espectáculos, categoría invisible en la R1 del informe anterior.

Justicia pasa del sexto al quinto lugar, perfectamente justificado también por el proceso del 11-M. Justicia/tribunales es un ámbito de interés creciente en la cobertura mediática. No es nuevo el sentimiento de judicialización de la propia realidad cotidiana. Ocupa un lugar más destacado incluso que Economía. El caso más relevante es el de *ELPAÍS.com*, que dedica el 20% de sus

portadas a estos temas, y sólo un 5% a los económicos.

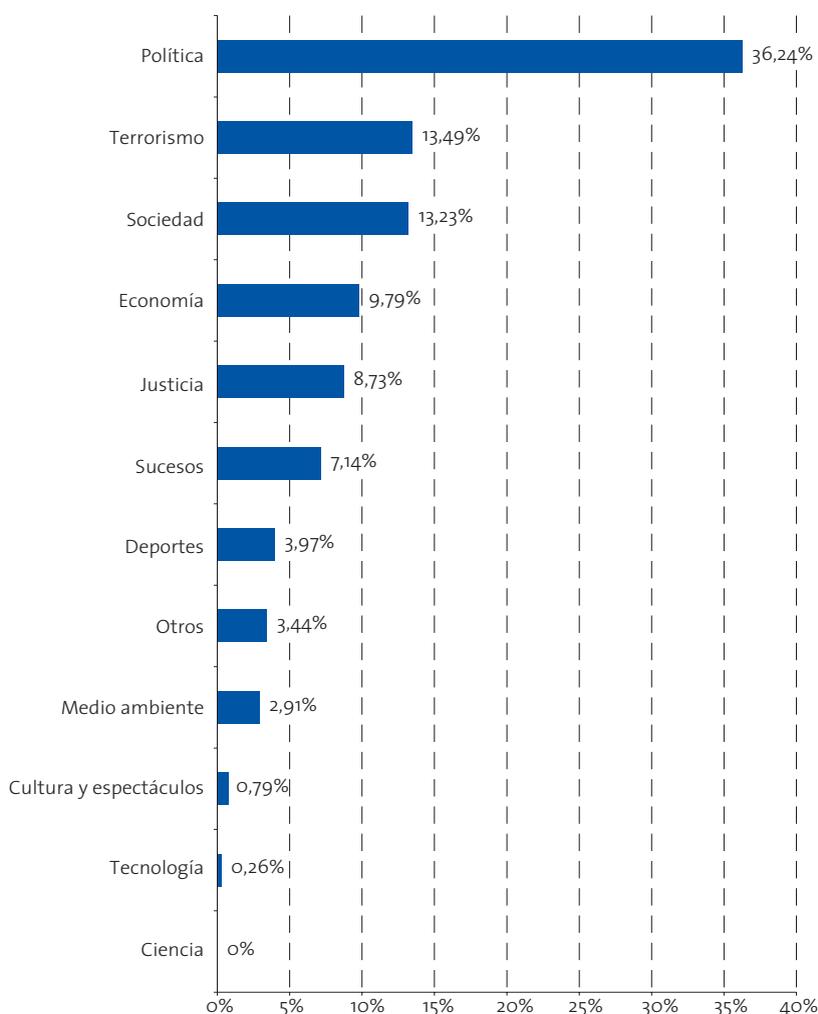
elmundo.es, sin embargo, pondera por igual ambos (10%), y numerosos periódicos regionales, como es el caso de *Canarias 7*, *SUR.es* o *ideal.es*. No hay que olvidar en este caso que, desde 2004, estuvo en primera línea de interés general y mediático todo lo relacionado con la trama y posterior juicio del 11-M., proceso en el que algunos medios tomaron un papel muy protagonista a partir de la llamada Teoría de la Conspiración, que unos se empeñaron en demostrar y otros en denigrar. Otro motivo de gran cobertura mediática fue la llamada Operación Malaya (escándalo/proceso/trama de corrupción urbanística del Ayuntamiento marbellí).

Los Sucesos figuran en sexto lugar. Han bajado del segundo puesto del informe anterior, con un 22%, al sexto, con un 7,41%. Sólo en *levante-emv.com* sobresalen con un 26,09%, por encima de Política (21,74%). Este cambio puede ser coyuntural, el resultado de la actualidad noticiosa; o puede tener que ver, al menos en parte, con la normalización de los medios digitales. En el informe anterior había una diferencia notable en esta categoría entre los impresos (un 9%) y los digitales (18%). A medida que se han ido consolidando, asentando las plantillas, cuidando, en fin, la marca digital, como sustituto o sucesora de la impresa, se han ido igualando los diseños temáticos de las portadas.

1. Como en el informe anterior, se denomina Relevancia 1 (R1) al tema de *apertura de portada*, el que encabeza la jerarquía en el valor noticioso, sobre el que recae el peso específico de la noticia. Se distingue por la posición que ocupa en la portada, su tamaño o extensión y, con frecuencia, por el acompañamiento de material gráfico.

2. Roto el 30 de diciembre de ese año con el atentado en la T4 de Barajas. En el que murieron dos inmigrantes ecuatorianos.

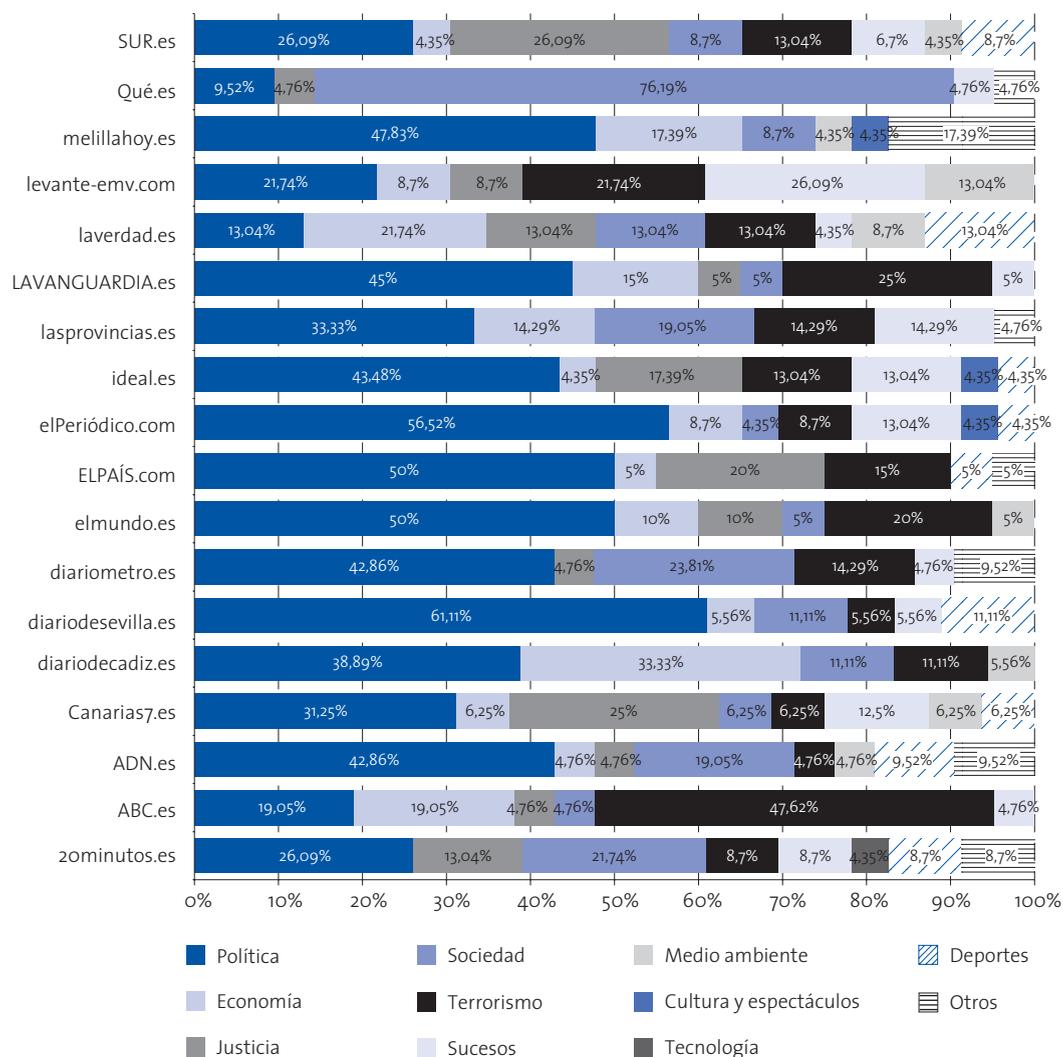
Gráfico A4. LOS TEMAS DE LA NOTICIA DE APERTURA R1



El dato de Sucesos, unido a la menor presencia de Política, mayor de Sociedad, y la entrada de Cultura y Espectáculos, puede hacer pensar en motivos que podríamos denominar estructurales para el diseño aún incipiente de un modelo de periódico digital. Los digitales tienen más en cuenta el perfil de un usuario que ya no necesita recibir todo el paquete, y menos en el quiosco, a cambio de 1,10 euros. Es un usuario que accede a

la noticia concreta a partir de lo que personalmente le motive de ella para su lectura. Y ya se sabe que las viejas y mal llamadas *noticias blandas* producen *visitas* garantizadas. Aunque no es menos cierto que su exceso en ese escaparate —marca de la casa— que son las *cover story*, puede representar una pérdida en los baremos de calidad que muchos medios están buscando trasladar a su versión digital.

Gráfico A5. LOS TEMAS DE LA NOTICIA DE APERTURA POR MEDIOS



El periódico con mayor porcentaje de informaciones políticas es regional: *diariodesevilla.es* (61,11%); al otro extremo se sitúa *ABC.es*, con un 19,05%.

El ranking es éste:

- *diariodesevilla.es*, 61,11%. Siguen Sociedad y Deporte, ambos con un 11,11%.
- *elPeriódico.com*, 56,52%. Le sigue Sucesos, 13,04%; Economía, Terrorismo, 8,70%.
- *ideal.es*, 52,63%, y en segundo lugar, Justicia, 17,39%; Terrorismo y Sucesos, 13,04%.
- *elmundo.es*, 50%, con Terrorismo en segunda posición, 20%; Economía y Justicia, con un 10%, respectivamente.

- *ELPAÍS.com*, 50%, con Justicia en segundo lugar, 20%; y en tercero, Terrorismo, 15%. A Economía sólo le dedica un 5%.
- *melillahoy.es*, 47,83%, con Economía en segundo lugar, 17,39%.
- *LAVANGUARDIA.es*, 45%. Terrorismo en segundo lugar, 25%.
- *diariometro.es*, 42,86%, segundo lugar Sociedad con un 23,81%; Terrorismo, 14,29%.
- *ADN.es*, 42,86%, seguido de Sociedad, 19,05%; Deportes, 9,52%.
- *lasprovincias.es*, 33,33%; seguido de Sociedad, 19,05%; Economía, Terrorismo y Sucesos, 14,29%.
- *20minutos.es*, 26,09%, seguido de Sociedad, 21,74%; Justicia, 13,04%.
- *levante-emv.com*, Política (como Sociedad), 21,74%; Sucesos, 26,09%; Medio ambiente, 13,04%.
- *ABC.es*, 19,05%; al mismo nivel que Economía, frente a Terrorismo, 47,62%.
- *laverdad.es*, 13,04% (lo mismo que Justicia, Sociedad, Terrorismo y Deportes); Economía, 21,74%.
- *Qué.es*, Política, un 9,52%, frente al 76,19% en Sociedad.

Entre los gratuitos, *Qué.es* dedica un 76,19% de su *cover story* a Sociedad, y *20minutos.es*, el 21,74%.³ Se podrían comparar estos datos con los de los periódicos que nunca abren con un tema de Sociedad, como es el caso de *ELPAÍS.com*, *ideal.es* y *levante-emv.com*. Pero esta comparación carece de valor. La aparente *vocación* social de los gratuitos y, entre

ellos, en concreto de *Qué.es* no es tal. Por una razón esencial. Los gratuitos priorizan, más que lo social, la más vieja tradición de las llamadas noticias *blandas*, fáciles de leer, siempre breves, sin ahondar en ningún aspecto. Los temas de la vieja y trasnochada concepción del interés humano con un tratamiento completamente superficial. Desde la banalización del sentido de lo social. Y en el caso de *Qué.es*, la tendencia al sensacionalismo, a menudo impúdico, hace de él un medio que no resiste la comparación con ningún otro ni gratuito ni de pago.

2.2. Noticias de segunda posición

En segundo lugar (R2), sigue el imperio de la Política.

En el informe anterior, las temáticas de los medios digitales en R2 respondían a este orden:

Política, Sucesos, Sociedad, Terrorismo, Economía, Justicia, Deportes...

Ahora, el orden es éste:

Política (31,45%), Sociedad (19,09%), Deportes (11,56%), Sucesos (8,3%),⁴ Justicia, Economía...

Y de nuevo, en este segundo lugar de relevancia, la imperante Política baja, respecto del informe anterior, de un 36% a un 31,45%.⁵

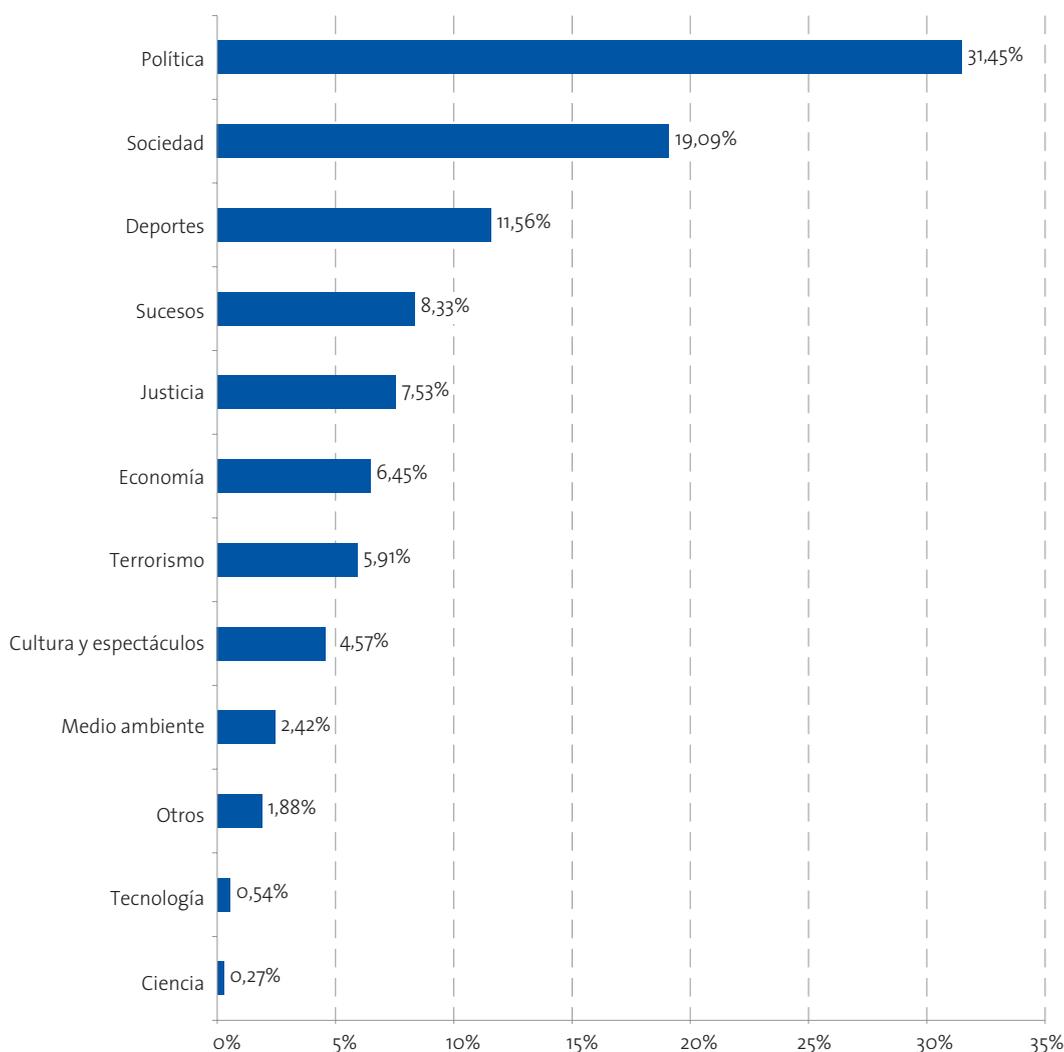
Los Deportes (11,56%) figuran en el tercer lugar, y el resto queda así: Sucesos (8,33%), Justicia (7,53%), Economía (6,45%), Terrorismo (5,91%) y Cultura y Espectáculos (4,57%). Se producen, pues, cambios significativos en relación con la distribución de las noticias de portada de R1. Aunque la Política ocupa el primer lugar, en ambos casos, el Terrorismo y la

3. Se han analizado los medios gratuitos porque ellos se dirigen al público más heterogéneo y, podríamos decir, popular, en un porcentaje muy elevado, dado que en su versión papel es el transporte público desde donde básicamente se accede al periódico. Ése es el público específico de la versión impresa. Es cierto que no tienen por qué reproducirse las mismas pautas en la digital, plataforma desde la que todos compiten en un mismo terreno y sólo la diferencia en contenidos y orientación podrá hacer que el usuario acceda a uno u otro. Y no obstante, en el caso de la versión digital no se aprecian cambios significativos respecto de la prensa en cuanto a orientación y variedad de la cobertura temática. La excepción puede ser *20minutos.es*.

4. Sucesos pasa de un segundo lugar (17%) en el informe anterior, al cuarto en éste (8,3%).

5. Hay que precisar, como se señalaba en el análisis anterior, que el hecho de que los de Sociedad «ocupen el segundo lugar en el conjunto de los temas analizados tiene una razón de ser fundamental: gran parte de las informaciones de temática social que aparecen en portada se ubican en la sección de Política. Es decir, que aparecen en portada, en primer lugar, porque se derivan de secciones de dominante político-partidista, o bien, porque, aun si finalmente se sitúan en la sección de Sociedad, el gancho de entrada es político».

Gráfico A6. LOS TEMAS DE LA NOTICIA R2



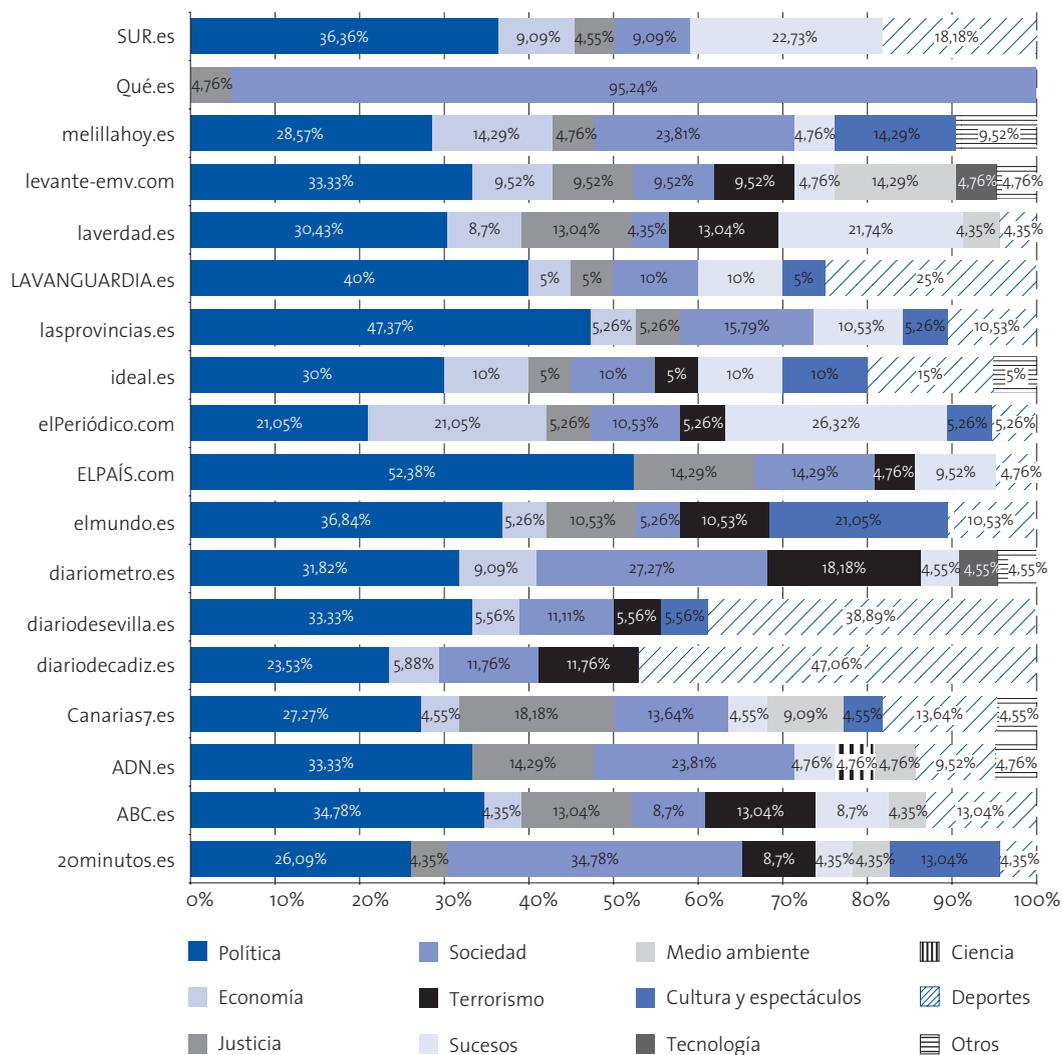
Economía desaparecen de los cinco principales temas de R2, y alcanzan mayor preponderancia los Deportes y los Sucesos.

ELPAÍS.com es, con diferencia, el medio que más se ocupa de lo político en R2 (52,38%), muy por delante de *LAVANGUARDIA.es* (40%), *elmundo.es* (36,84%), *ABC.es* (34,78%), *elPeriódico.com* (21,05%), etc.

Como ya se ha indicado, el segundo grupo importante de noticias es el de Sociedad (19,09%).

Entre los grandes periódicos de referencia, *ELPAÍS.com* (14,28%) es el que más destaca los temas de Sociedad en portada, seguido de *elPeriódico.com* (10,53%) y *LAVANGUARDIA.es* (10%). Por su parte, *ABC.es* (8,7%), y *elmundo.es* (5,26%) apenas le conceden importancia.

Gráfico A7. LOS TEMAS DE LA NOTICIA R2 POR MEDIOS

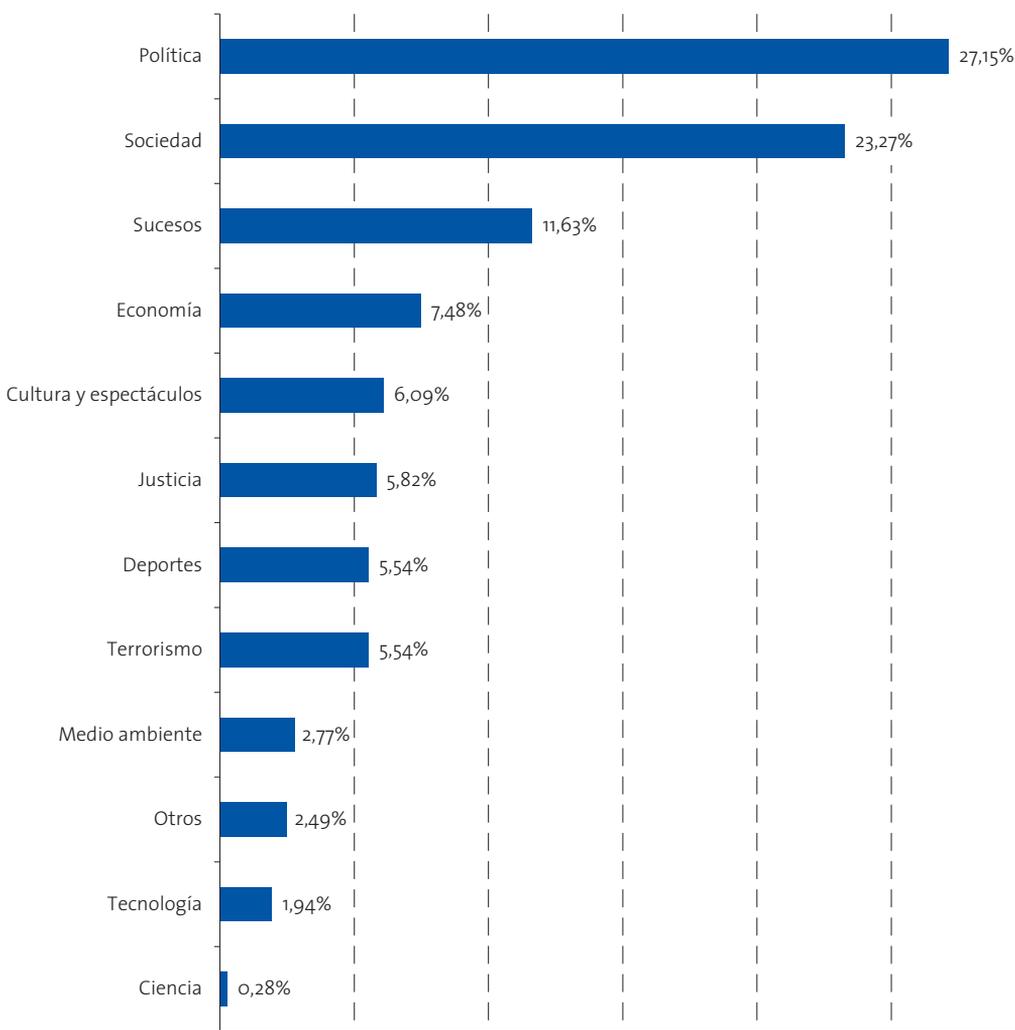


2.3. Y en tercer lugar sigue la dominante Política

En R3, de nuevo la Política va en cabeza, con un 27,15% (el informe anterior, tenía un 35%), seguida de Sociedad, con un 23,27%; Sucesos, 11,63%; Economía, 7,48%; Cultura y Espectáculos, 6,09%. Por

primera vez esta categoría, Cultura y Espectáculos, aparece en los primeros puestos y no relegada al vagón de cola. Esto es una novedad, como ya se ha indicado. En el informe anterior esta categoría ni siquiera aparecía en R1, lo hacía en el último lugar en R2 y R3, sin que pudiera hablarse propiamente de visibilidad.

Gráfico A8. LOS TEMAS DE LA NOTICIA R3



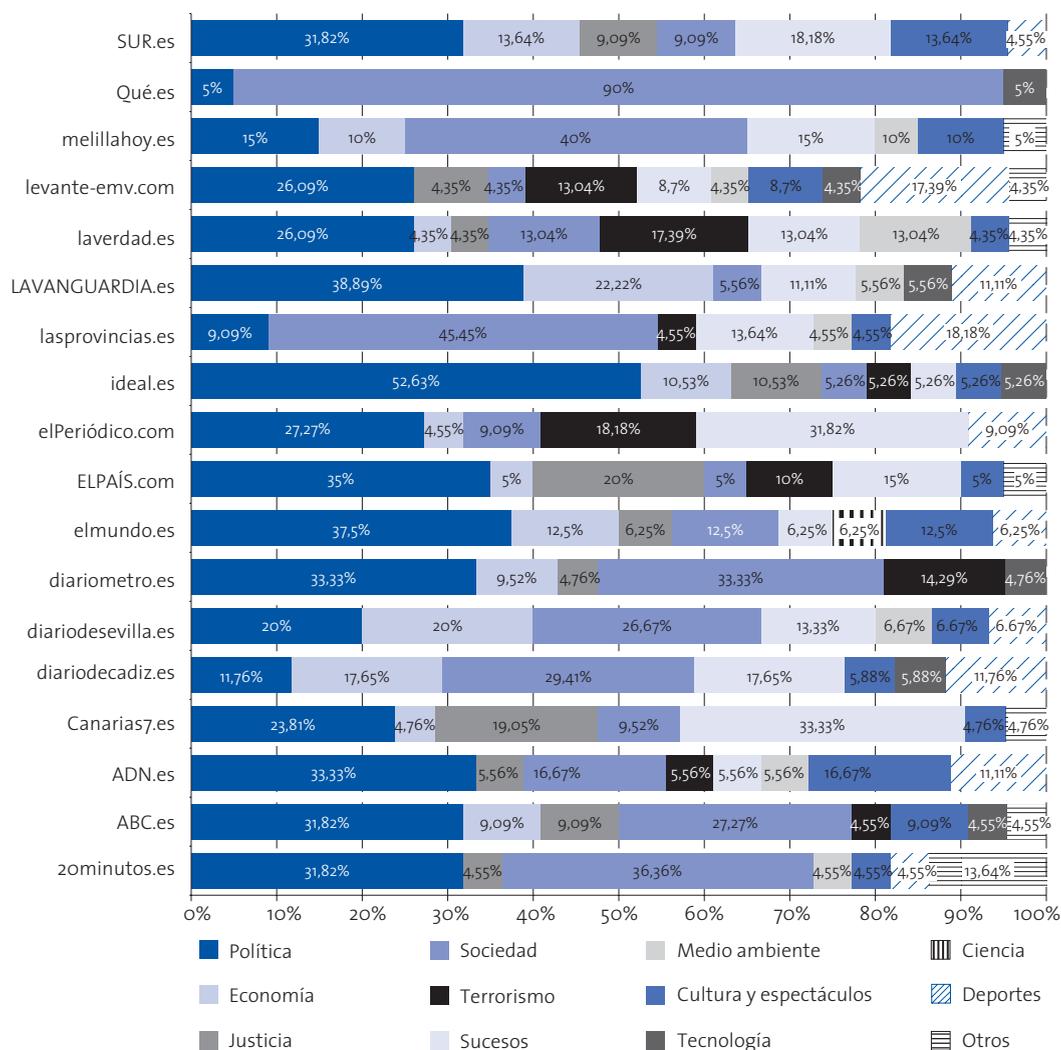
De manera que el cambio viene representado por una menor dosis de Política, un repliegue de Sucesos, una presencia más estable de Sociedad y una clara presencia de Cultura y Espectáculos.

Respecto de la Política, a *ideal.es* (52,63%), le siguen *LAVANGUARDIA.es* (38,89%), *elmundo.es* (37,5%) y *ELPAÍS.com* (35%). Los gratuitos *ADN.es* (33,33%), *diariometro.es* (33,33%) y *2ominutos.es*

(31,82%), parecen recoger los temas políticos en este tercer lugar (R3).

Sucesos ocupa el tercer puesto, con un 11,63%, mientras que Economía, con un 7,48% y Cultura y Espectáculos, con un 6,09%, encuentran también su acomodo en esta tercera posición (R3). Justicia (5,82%) y Terrorismo (5,54%) gozan de un peso menor.

Gráfico Ag. LOS TEMAS DE LA NOTICIA R3 POR MEDIOS



En síntesis, la relación es:

R1: Política-Terrorismo-Sociedad-Economía-Justicia-Sucesos-Deportes (véase gráfico A4).

R2: Política-Sociedad-Deportes-Sucesos-Justicia-Economía-Terrorismo-Cultura y Espectáculos (véase gráfico A6).

R3: Política-Sociedad-Sucesos-Economía-Cultura y Espectáculos (véase gráfico A8).

2.4. ¿Reducir o mejorar?

Hay exceso de política, sin duda. Pero conviene hacer una precisión. Desde un análisis crítico, se trata, ya no de eliminar, obviamente, ni siquiera de reducir, el componente político, sino de mejorar su tratamiento.

Todo lo concerniente a la política, en su relación con el concepto de asuntos públicos, es importante

por cuanto afecta a la gente común, al ciudadano medio. Y buena muestra de su interés son datos como el de la cuota de audiencia alcanzada por el programa de TVE, *Tengo una pregunta para Vd.*, dedicado a José Luis Rodríguez Zapatero, el 26 de enero de 2009, que fue del 30,5%, con 6.432.000 espectadores; dato que llegó a los 7.774.000 en el llamado minuto de oro, a las 22.45 horas. Ocurrió lo mismo en la temporada anterior, en la que Zapatero alcanzó los 5.834.000 de espectadores y Rajoy, 6.338.000.

Lo que hay que observar, en este caso, son los motivos por los que interesa. Es una oportunidad para que la gente común haga en directo a los líderes políticos las preguntas cuyas respuestas quiere conocer. Ya sea sobre la crisis, el paro, el aborto, la eutanasia..., ya sobre si conoce el precio de un café o del bono de transporte público o esas otras menos comunes: cómo justifica la hipocresía que denota el hecho de que España, con un gobierno tan pacifista en su discurso público, esté entre los diez primeros países exportadores de armas. Que un gobierno que se dice defensor del pueblo palestino y la Franja de Gaza exporte armas a países como Israel o a países que no respetan los derechos humanos.

Se trata de una doble moral, que puede ser justificada o no por la llamada razón de Estado, pero que puede ser también cuestionada. Este tipo de preguntas, precisas y reflexivas, que no formulan los medios, es lo que marca la diferencia entre el interés ciudadano por la política y el mediático. El medio profesional apenas cuestiona ni plantea temas de fondo, fuera de aquellos que están en el plano de la actualidad, abierta por lo general por la propia clase política. Es la misma diferencia que existe entre los temas políticos y los sociales. Los participantes del programa referido no dan la espalda a la política, pero la abordan desde el interés real y personalizado de las gentes. Se trata de cómo les afecta la actualidad, sin sesgos partidistas, a lo que los medios no suelen dar respuesta.

Por cierto, todo indica que el espectador indujo, en este caso al digital *ABC.es* (27-1-09) a dar esta información:

Según el último informe de estadísticas sobre exportaciones de material de defensa que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha remitido este mes de enero al Congreso, en el primer semestre de 2008 el Gobierno español vendió al Ejército de Israel equipos de visión nocturna, otro tipo de material de defensa como máscaras anti-gás y trajes blindados y determinadas sustancias químicas, lo que, según han enfatizado hoy fuentes de este departamento, «no es letal». Pero nuestro país también exportó a Israel por un importe de más de 90.000 euros «armas con cañón de ánima lisa con un calibre inferior a 20 milímetros», una categoría de productos en la que se incluyen «fusiles, carabinas, revólveres, pistolas, pistolas ametralladoras, ametralladoras, silenciadores, cargadores, visores y apagafogonazos». ¿Material «no letal»?

El unamuniano «que inventen ellos» hoy no es propio del español, lo es de sus medios. Las preguntas de los ciudadanos en el plató y la avidez con la que se sigue el programa son una prueba más de la distancia que han establecido los medios entre sus intereses y los del ciudadano; del tipo de Periodismo que se practica, tan alejado de los principios de ese movimiento que fue el llamado *Periodismo Cívico* (o Público), nacido en Estados Unidos, que inducía a que el periodista se acercara primero a los representantes de la comunidad para conocer sus intereses (qué quieren, qué necesitan saber) y poder informar mejor sobre ellos.

¿Qué ocurre —se preguntaba Michael Hoyt— cuando un periódico intenta conectar al lector con el ciudadano? Y partía de un aserto clásico: si los periódicos no logran aprender a escuchar a los lectores y adaptarse a su forma de vida, morirán. Y si tratan los contenidos como mera mercancía, pierden sus almas, dañan a la democracia y mueren igualmente.⁶

6. Hoyt, M., «The Wichita Experiment», *Columbia Journalism Review*, julio-agosto de 1992: 43 y ss.

3. PROCEDENCIA

3.1. Los suministradores de información

Fruto de haberse centrado más en la tarea de gestionar que de buscar y probar,¹ es el peso que están tomando las agencias de noticias, que parecen haberse convertido en el refugio del *viejo periodismo*, «el último islote de una vieja estirpe», como se indicaba en el informe anterior. Así sigue siendo.

Agencias, teletipos, en primer lugar, 38,95%. Y, sin duda, puede estar por encima de ese valor, porque posiblemente sea de agencia, aunque no se indique expresamente la procedencia, parte de ese 15,10% y 12,24% de las categorías de Noticias Programadas (agenda política y no política), No Programadas, 7,93% y por supuesto, el 3,62% en las que no se deduce procedencia alguna, venga o no de agencia la noticia.

La data no siempre es fiel a quien ha elaborado la información ni desde dónde se ha elaborado. Lo que genera el mismo desconcierto que van a producir los vacíos en la identificación de las fuentes. En todo caso, parecería que el trabajo de los redactores que forman parte de la edición digital está limitado a dos tareas: gestionar el volcado del periódico (un proceso que suele ser automático) y editar teletipos de agencia. Resultado de una política empresarial que ha venido dando prioridad a la edición en papel. Un hecho que se irá resolviendo en la medida en que se vaya apostando por las

redacciones integradas, a las que se han empezado a sumar algunos medios y grupos empresariales como Prisa y Unidad Editorial. Todos, en este momento, se encuentran en proceso de cambio. Aunque el modelo de negocio a aplicar sigue buscándose. No parece fácil la salida.

En todo caso, la agenda propia del medio, a juzgar por lo que se deduce de lo analizado, en conjunto se reduce a un 2,45% de la cobertura. Teniendo en cuenta que estamos hablando de los tres primeros temas con los que abren los medios, resulta especialmente significativo. Puede decirse que asistimos a un Periodismo que se limita a ser exponente o plataforma de actuaciones informativas de agendas ajenas.

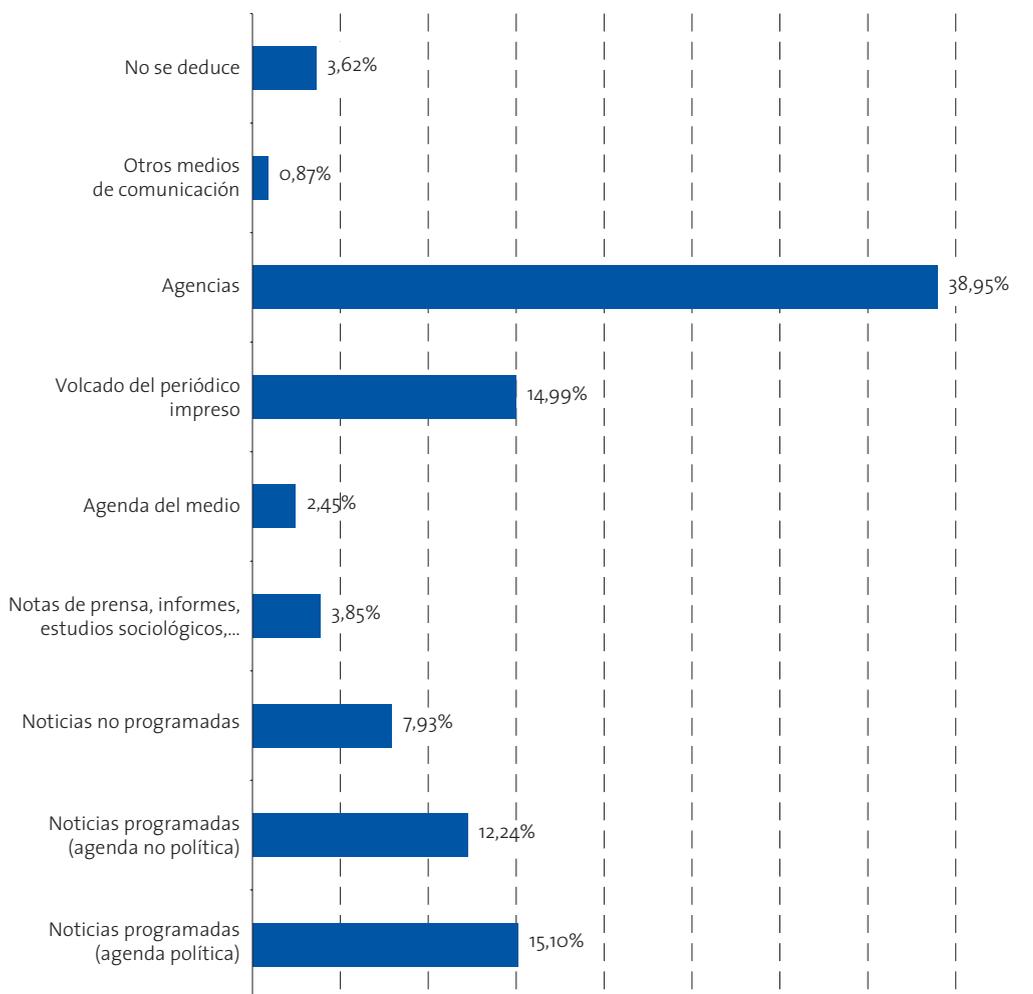
El Periodismo se afianza en la línea de su papel como gestor de contenidos y no como indagador, investigador –elige pero no decide, parafraseando a Sigal²– e intérprete. Por eso es de temer que, cuando los grupos periodísticos hablan de ese periodista polivalente, multimedia, de las redacciones integradas, lo hagan pensando en formar expertos tecnólogos, más que buenos creadores de contenidos.

La procedencia media es de agencias en un 38,95%. Oscila entre el 90% de *20minutos.es* o 90,16% de *ADN.es*; 60,87% de *laverdad.es*; 46,40% de *elPeriodico.com*; 39,20% de *ideal.es*; 39,09% de *elmundo.es*; al 9,38% de *Qué.es*. En el

1. La credibilidad del relato periodístico requiere probar la veracidad de lo contado.

2. Sigal, L., *Reporteros y funcionarios*, Gernika, 1978: 13.

Gráfico A10. PROCEDENCIA DE LAS NOTICIAS DE PORTADA

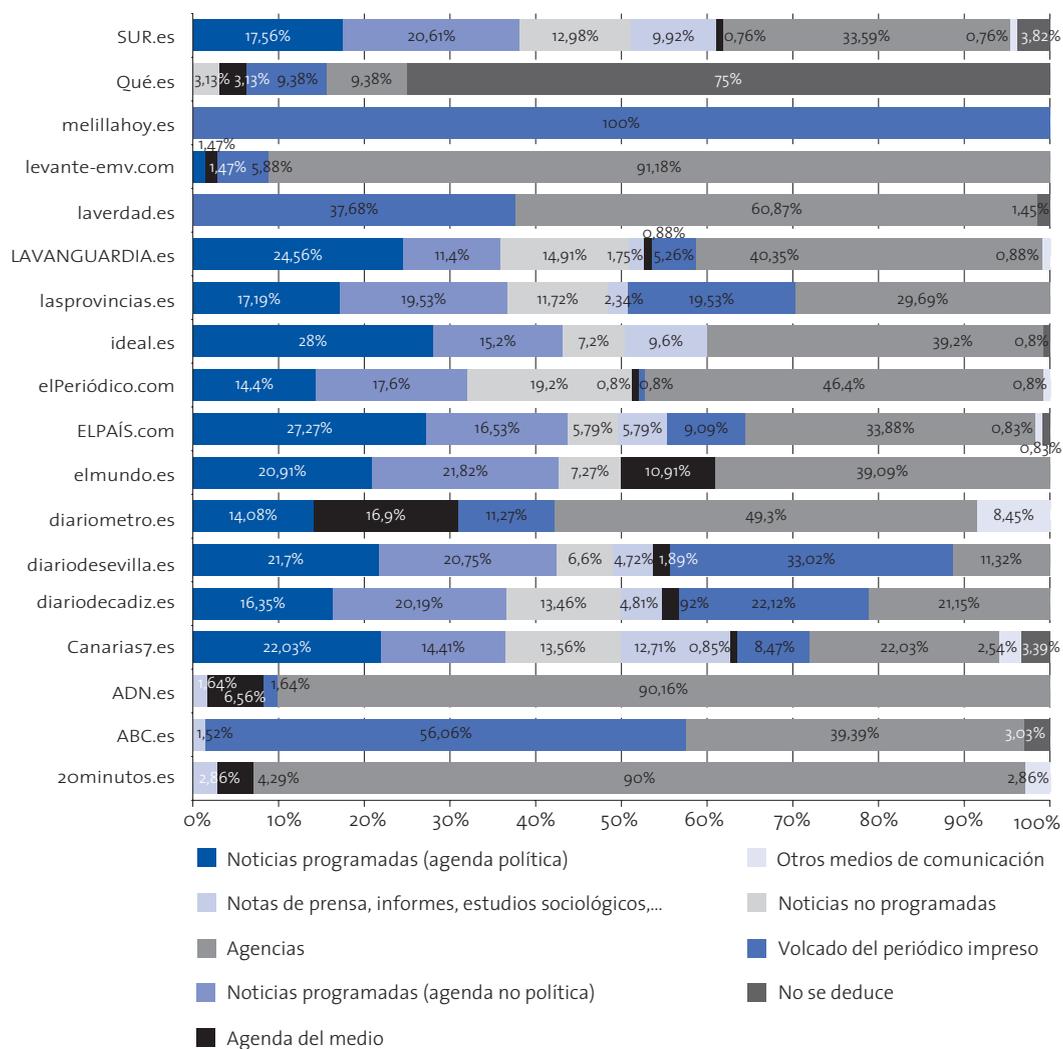


caso de este periódico gratuito, el dato se justifica por la sencilla razón de que simplemente no ofrece ningún indicador del que se deduzca procedencia alguna. No aplica ninguna de las normas de esa ética profesional de mínimos que obliga a indicar la autoría del remitido.

Aquí es interesante indicar que el valor de la aportación del volcado del periódico impreso está mermando. Las redacciones digitales no son en nin-

gún caso una *presencia* obligada en la Red. Ni siquiera son ya el futuro. Son el medio a desarrollar. El gran reto para el hoy y ahora. Por eso, lo sorprendente es comprobar que se sigue trabajando con material básicamente de agencias y que el valor añadido del periodista de una redacción digital viene dado más por su aportación de material audiovisual que de contenidos de su *propia cosecha*. Si bien es cierto que se están incorporando temáticas nuevas, pro-

Gráfico A11. PROCEDENCIA DE LAS NOTICIAS DE PORTADA POR MEDIOS



pias de la Red, más cercanas al interés de sus usuarios. Todo lo que tiene que ver con la Web 2.0.

Porque, efectivamente, la tendencia creciente de este momento es la de ofrecer algo más que

una información textual, y ya es común incorporar recursos multimedia, fundamentalmente vídeo, que ofrezcan algún elemento de valor a la noticia.³ Ejemplo de ello es la puesta en marcha

3. *elmundo.es* describía así su nueva andadura: «La web incorpora una nueva sección de Opinión y mantiene su apuesta por la información y la imagen. Eso sí, entrar hoy en *elmundo.es* será encontrar un portal “más rápido, claro, limpio y ágil”.» Actualizado domingo 11-01-2009, 09:53 horas.

de las plataformas (webTV) televisivas de los medios. El periodista, por tanto, ya no se limita a editar el teletipo o trasladar la información del papel a la web, sino que debe manejar el contenido audiovisual, no sólo incorporarlo a la información, sino también editarlo, lo que le obliga a conocer bien los programas de edición de vídeo, sea Adobe Premier, Final Cut Pro, iMovie, Pinna-

cle Studio, Sony Vegas, Windows Movie Maker, Avid...

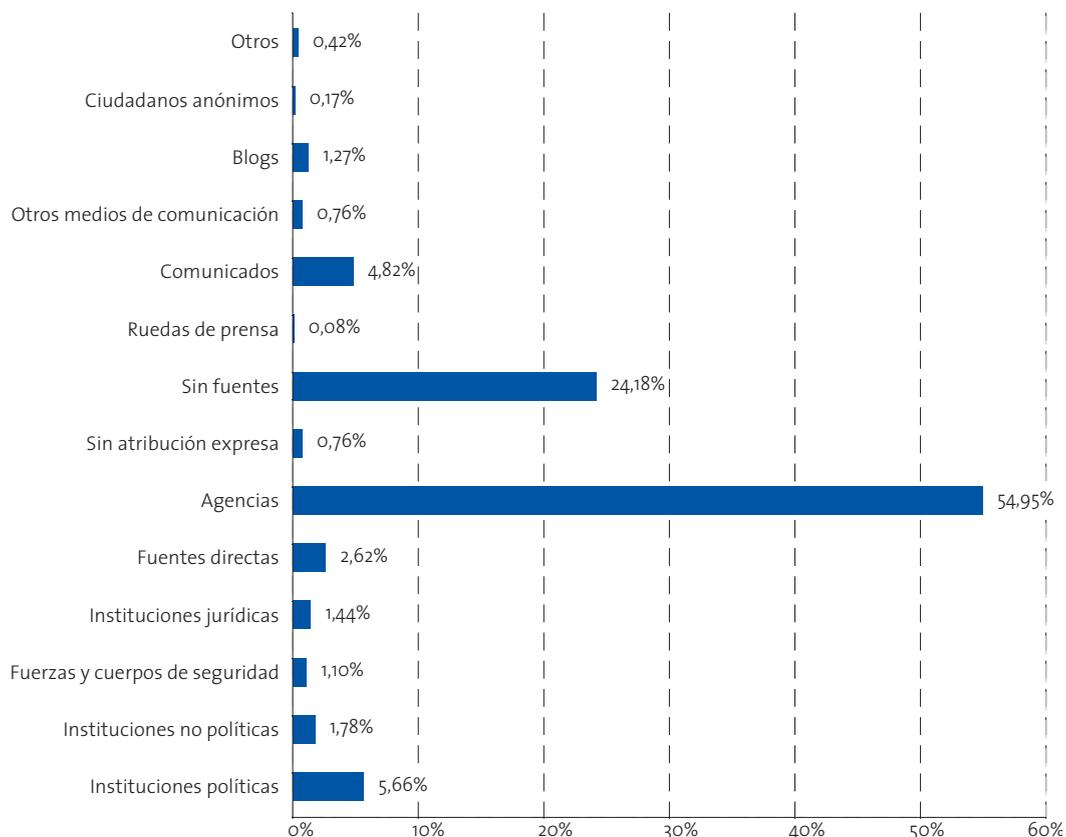
Con todo, el uso del teletipo hoy ya no excluye en la edición digital la aportación del redactor para ampliar la información, mejorar, cambiar de enfoque, añadir otros protagonistas... No es ajena a esto la incorporación de la firma en los temas de portada.

4. LAS FUENTES, UNA RÉMORA

Los resultados de Procedencia están en sintonía con los de Fuentes. Las agencias (54,95%) representan el valor más alto como fuente de la información. Seguido de la categoría «Sin fuentes» (24,18%). Se mantie-

ne la tendencia del informe anterior en el que ya se indicaba la deriva hacia una suerte de desidia a la hora de justificar *la prueba* que da credibilidad al relato, la declaración o la historia contada...

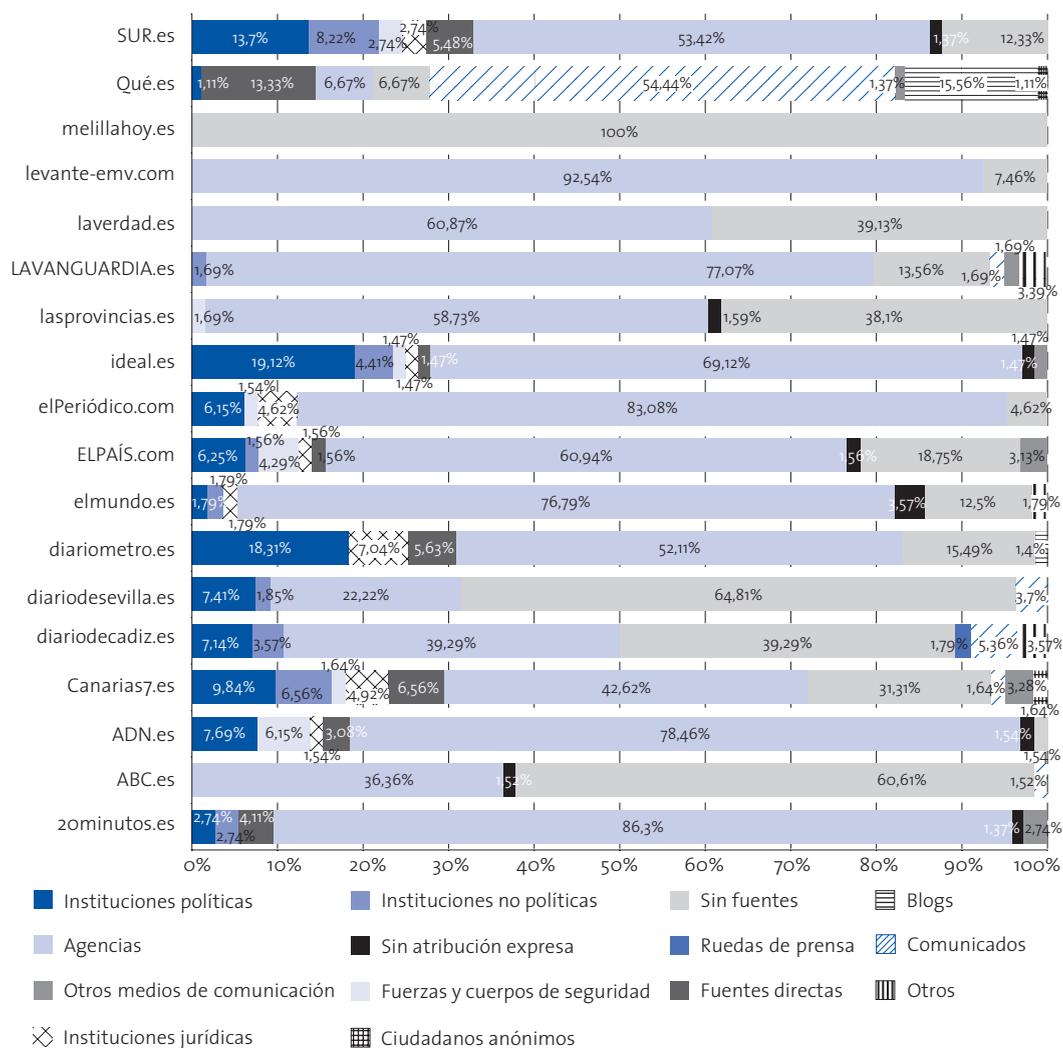
Gráfico A12. FUENTES DE LAS NOTICIAS DE PORTADA



Se trabaja en contra del principio según el cual informar bien depende de haber obtenido los mejores recursos de las mejores fuentes, que no siempre están en los puestos de máxima representación ni visibilidad. Ni siempre es fácil acceder a ellas. Renuentes a menudo, ya sea a contar lo que saben ya a aparecer en los medios ante los efectos que ello puede acarrear. Se trata de lograrlo, de

ofrecer crédito y confianza. No parece que se trabaje especialmente en este sentido. Y recuérdese que la importancia insoslayable de especificar la fuente impulsó al Consejo de Europa a recomendar esta práctica a los Estados miembros como una manera de ofrecer credibilidad y promover el pluralismo informativo. Que quien tiene algo que decir, sea requerido (y citado) por los medios para decirlo.

Gráfico A13. FUENTES DE LAS NOTICIAS DE PORTADA POR MEDIOS



El valor de las agencias alcanza el 92,54% en *levante-emv.com*; 86,30 % en *2ominutos.es*; 83,08% en *elPeriódico.com*; 78,46%, *ADN.es*; 76,70%, *elmundo.es*; 69,12 %, *ideal.es*; 60,94%, *ELPAÍS.com*; 36,36%, *ABC.es*. Este periódico omite la fuente en un 60,61% de los casos; *diariodesevilla.es* le supera: 64,81%; *diariodecadiz.es* alcanza el 39,29%; *laverdad.*

es, 39,13%; *melillahoy.es* parece trabajar sin fuentes. Y *Qué.es* básicamente con comunicados.¹ La media del trabajo sin fuentes es del 24,18%.

El panorama no es muy halagador. Y no puede achacarse toda la responsabilidad al periodista sino a la empresa. Trabajar con una plantilla de mínimos tiene sus consecuencias.²

1. Entre notas de prensa o comunicados y agenda política o no política, la diferencia está en la mención expresa.

2. El problema es general. El citado *State of the News Media, 2009*, lo dice así: «La reducción de las redacciones lleva a que quienes trabajan en ellas tengan menos tiempo para iniciativas», y añade una frase a considerar: «*Blogs* y *Websites* son profundos pozos de información, pero consumen tiempo y atención.»

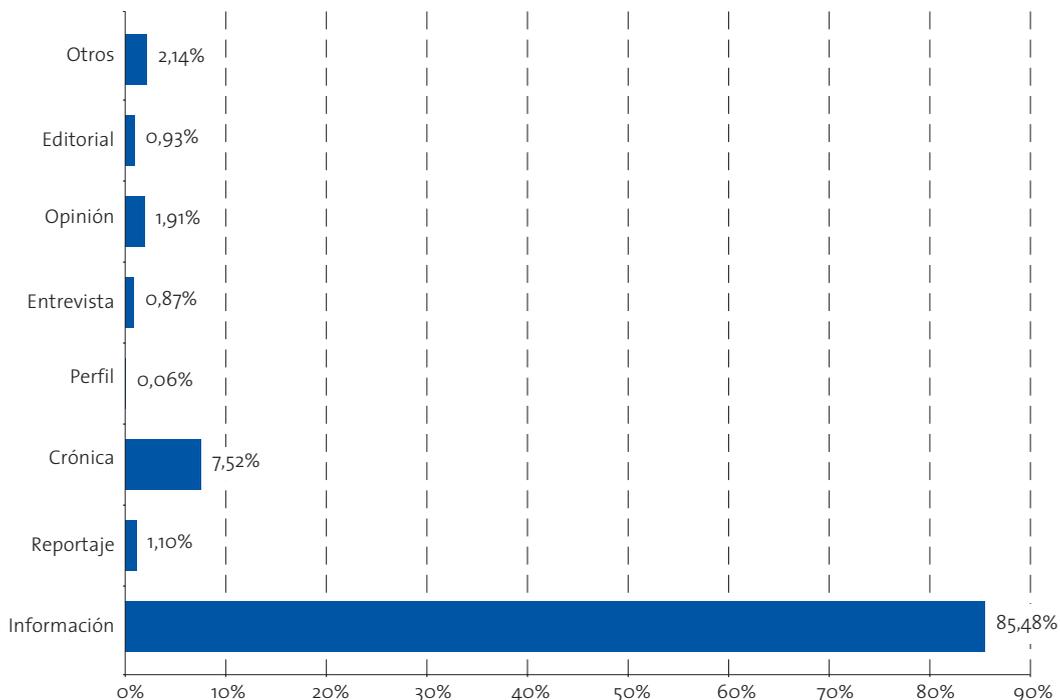
5. LA PUESTA EN ESCENA DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Esa tarea de gestor de contenidos, más que de buscador de buena información e intérprete de la compleja realidad, es también una de las razones por las cuales el género que prima es la Información. Es muy esporádico encontrar un Reportaje, una Entrevista, un buen Perfil... El porcentaje de la Crónica es más elevado por la tendencia a la valoración que ha supuesto el mundo digital. El toque

de estilo personalizado y fondo valorativo que supone la Crónica se corresponde muy bien con ese encuadre de la noticia-comentada que parece haber impuesto la reformulación de funciones con la llegada de la Red.

El formato de la vieja Pirámide Invertida parece un modelo que no tiene hasta el momento sustituto aparente. Ni lo tendrá seguramente en la pri-

Gráfico A14. GÉNEROS PERIODÍSTICOS



mera transcripción del hecho noticioso. Porque el viejo y denostado modelo de la Pirámide Invertida no deja de ser el resultado de una pretendida buena y bien centrada síntesis de lo que cada medio entiende como el centro neurálgico de la noticia. Fue eficaz para adaptarse en su momento al telégrafo (a mediados del siglo XIX) y a los intereses de las agencias de noticias que nacieron con él, y lo es ahora, siglo y medio después, para la pantalla y la tecnología digital que han impuesto la impronta de la inmediatez. Pero es eficaz en cuanto a la estructura del relato. Lo demás, ya es historia.

Recuérdese que el modelo nació para el género básico, la Información. Pretendió ser rígido con la separación entre el hecho y la opinión, por razones éticas pero también comerciales: la asepsia informativa para no contrariar con sesgos ideológicos a ningún posible comprador de la noticia. La práctica pronto demostró que la variedad de recursos con los que contar lo mismo, con matices y orientaciones distintas, era infinita.

Lo que ocurre ahora es que se ha roto en mil pedazos lo poco que quedaba del respeto a la separación entre informar y opinar, entre la asepsia de los datos y las posiciones personales en abierta orientación al resultado que se pretende obtener de ellos. Es precisamente la orientación lo que marca la diferencia entre unos y otros medios. De hecho, se diría que el único valor añadido que parecen querer ofrecer los medios periodísticos, frente a los recursos de información de la Red, es el de la versión valorada, personalizada que cada cual ofrece del mismo tema. La fórmula actual es: homogeneidad temática / pluralidad valorativa. Pero pluralidad con reparos, en tanto no se mide por

medios sino por grupos mediáticos. Hay varias razones para que así sea. Rosenstiel y Kovach recogen una interesante, que explican con el ejemplo de la información en la campaña electoral: lo que llaman la «Cultura del Bus» o «Cultura Empotrada».¹

El problema sigue siendo que muchos periodistas «valoran, pero no interpretan», como se decía en el informe anterior. Es cierto que en el análisis y la interpretación se plantea la diferencia entre la inmediatez que permite la Red y requieren los canales 24-horas-noticias, y los periódicos que buscan el rigor y la reflexión. Pero lo cierto es que la conjetura ha sustituido a la interpretación, para la que se requieren las claves de los significados contextuales de la historia que se relata, o el tema sobre el que se argumenta. Porque para interpretar se precisa haber realizado la andadura de la búsqueda de significados, el recorrido por los escenarios por donde transcurre ese trozo de vida que siempre hay detrás de una noticia, el motivo de un comentario, la razón de una valoración. Y esa vida no está ni en la redacción, ni en la Red, ni en el hilo telefónico, ni en los portavoces, ni en los despachos de los *cargos* a los que al periodista le gusta acudir. Está entre las gentes. En tantos laberintos por descubrir a los que todo el escenario institucional, con su desbordante flujo de información, está ocultando.

El valor del género Editorial, en este caso, hay que analizarlo teniendo en cuenta que, sólo en los temas de alto y especial interés, un editorial abre en portada. Los gratuitos, por otra parte, no lo incorporan a sus páginas. En todo caso, nunca mejor que ahora para afirmar aquello de que los árboles no dejan ver el bosque.

1. *State of the News media, 2009.*

Imposible no recordar la lección de Ortega y Gasset cuando acuñaba el concepto de *información suficiente* que para él significaba ser consciente para informar de que «la realidad histórica o, dicho más vulgarmente, lo que pasa en el mundo, no es un montón de hechos sueltos, sino que posee una estricta anatomía, y una clara estructura». Pero exponía su temor en la enorme fe que se tiene en la información. Porque ello implica creer «que es fácil saber lo que pasa». Reprocha esa creencia tan persistente y antigua de que la verdad no entraña esfuerzo, «sino que se inspira, revela o suministra gratuitamente, está implícita en nuestros prejuicios económicos como lectores de periódicos».

6. LOS PERSONAJES DE LA NOTICIA

Políticos en primerísimo lugar. Se ha pasado del 38% en el informe anterior, al 43,68%. Una proporción que se podría calificar de escandalosa, si no fuera porque nos hemos acostumbrado

todos, editores, mediadores, consumidores, a ello.

Políticos y varones. Siguen siendo los dos rasgos básicos del personaje que aparece en los me-

Gráfico A15. PERSONAJES DE LAS NOTICIAS

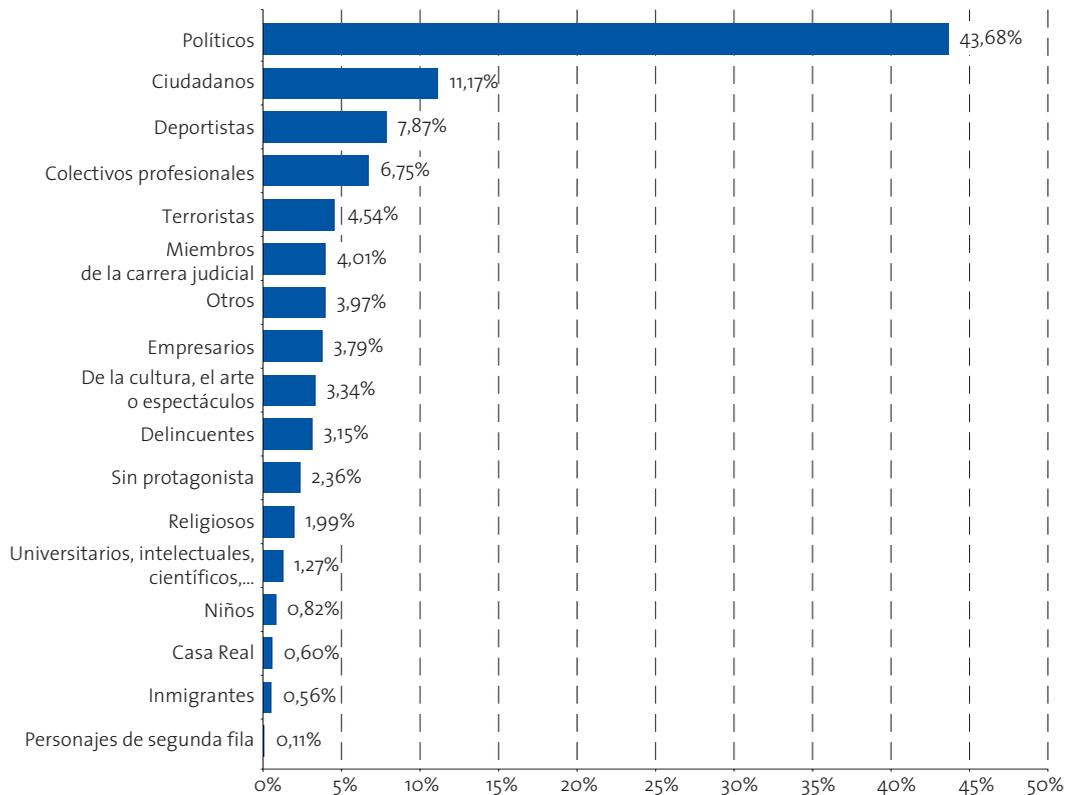
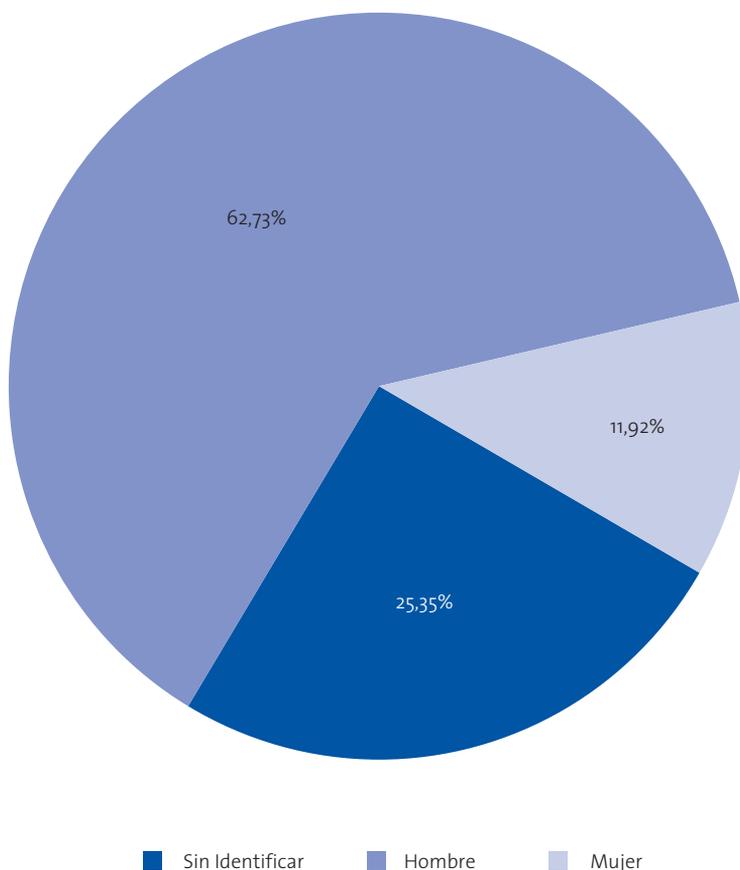


Gráfico A16. SEXO DE LOS PERSONAJES DE LAS NOTICIAS



dios. También sería escandaloso, si no fuera peor esa especie de anonimato que se incorpora en el relato noticioso.

En efecto, la categoría de «Sin identificar» es muy característica del actual que hacer periodístico. Quizá incluso más que ese dato del 11,92% de mujeres frente al de 25,35% de hombres. Porque representa básicamente el abuso de lo genérico (esa abstracción asexual y anónima), frente a lo concreto (un rostro identificable, con nombre a ser posible, y género).

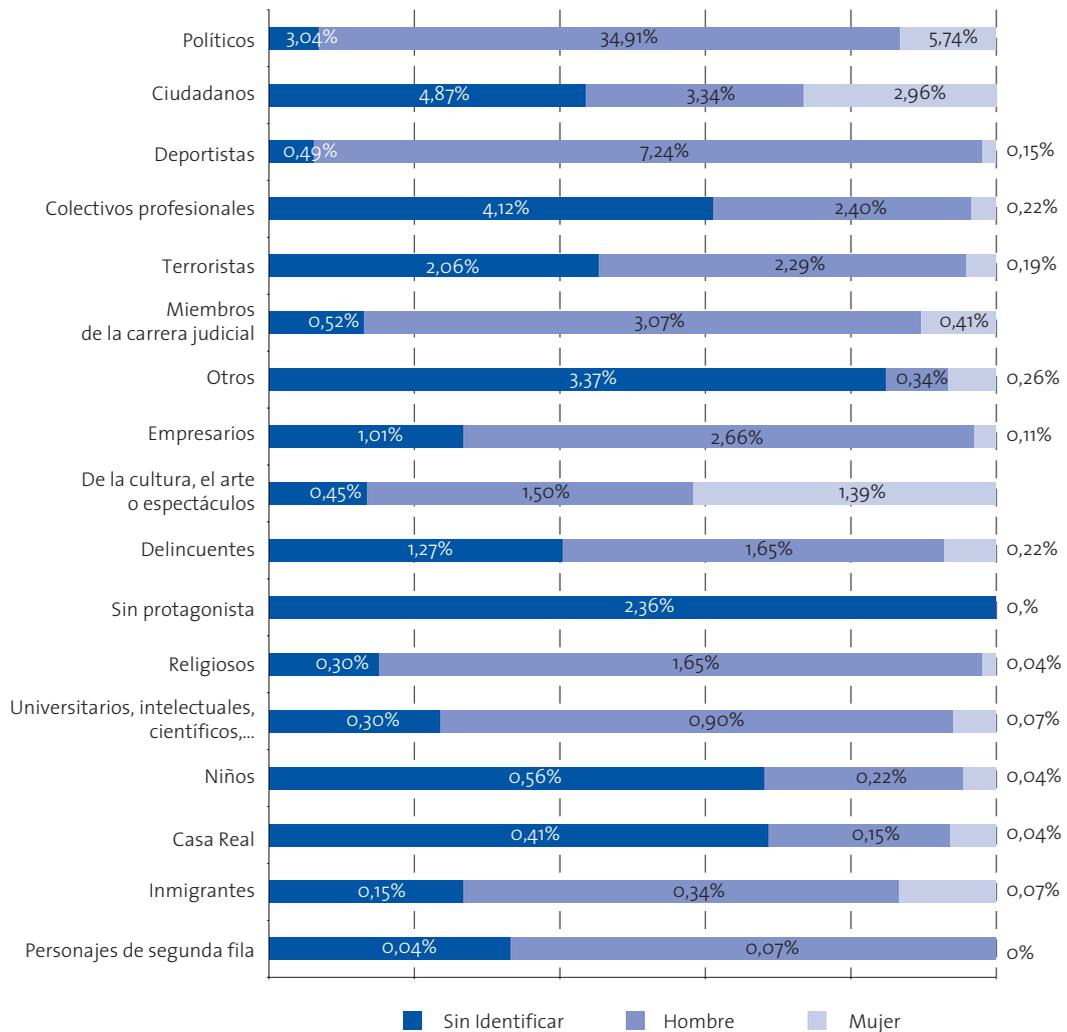
El valor de la identificación del personaje, que ofrece credibilidad al relato y aporta cercanía al

lector, no figura entre los elementos a los que presta atención el periodista.

6.1. Fuentes asexuadas

Y una peculiaridad añadida, que en este caso afecta también a las agencias de noticias, cuyo trabajo con fuentes se basa en criterios de institucionalización muy acentuados: no se identifica el género (masculino o femenino) de la fuente en un 97,63% de los casos. No hace falta añadir comentarios.

Gráfico A17. PERSONAJES Y GÉNERO PERIODÍSTICO DE LAS NOTICIAS

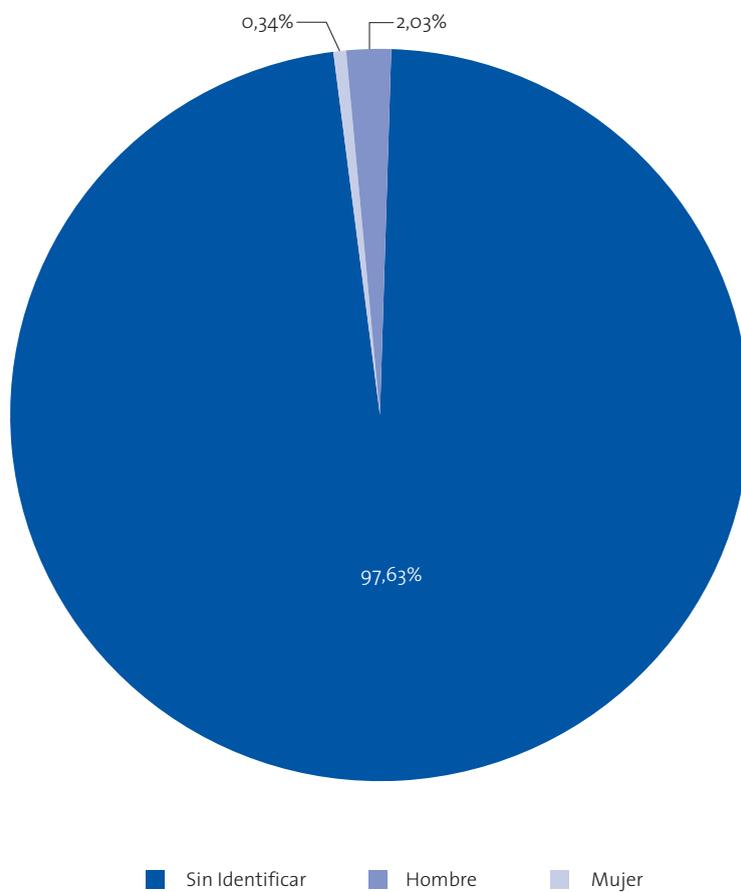


Lo habitual es este tipo de referencias:

- Así lo cree la Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción (Faconauto), que destaca que algunas marcas han visto...
- Según informaron fuentes de la Delegación del Gobierno, el número de personas acogidas en la Comunitat Valenciana...

- Fuentes de Delegación del Gobierno aseguraron que la Guardia Civil está...
- Según datos del Centro de Estudios para la Integración Social y la Formación de Inmigrantes (CEIM)...
- Según ha informado la Subdelegación del Gobierno...
- Fuentes de los Mossos confirmaron que...

Gráfico A18. GÉNERO DE LAS FUENTES



(II) LA INMIGRACIÓN

M.ª Pilar Diezhandino

1. LA RESPUESTA DEL PERIODISMO AL BOOM DE LA INMIGRACIÓN. RASGOS GENERALES

«La condición fundamental de este oficio es el entendimiento con el otro. Conviene tener presente que trabajamos con la materia más delicada: la gente.»

Ryszard Kapuściński

En esta primera década del siglo XXI, la emigración/inmigración y los movimientos culturales que se configuran en cada país son una de sus características.

- Con 38.850.000 de habitantes, España arranca la década de los noventa (del siglo XX) con apenas 360.000 inmigrantes.
- Se rebasó el millón en 2000, entonces con 40.499.000 de habitantes. De entonces al 2008 se ha llegado a los 5.200.000 de inmigrantes, y una población de 46.150.000 de habitantes.
- En este momento, la inmigración representa el 11% de la población.

El cambio de tendencia¹ no puede hacer olvidar que todavía en 1999 había más españoles en el extranjero que extranjeros en España.

De *boom* de la inmigración hablaba hace ya tiempo el Instituto de Política Familiar.

La inmigración como caso de estudio

Se analiza aquí la inmigración no como tendencia sino como situación ya establecida, que indu-

dablemente ha cambiado la fisonomía, al menos demográfica, y en buena parte cultural, del país. Una nueva situación demográfica que, unida al proceso de cambio político propio de la democracia, aún reciente, está poniendo a prueba los perfiles idiosincrásicos del *español* o *lo español*. Está confrontando, en un país como España de ancestros mestizos, el *cómo somos* y el *cómo son* por primera vez en la historia y, sin duda, gracias a la historia. Está ocurriendo lo que Giddens (1994)² dejó dicho: «Las diferencias étnicas pueden combinarse para crear nuevos modelos de comportamiento inspirados en diversas fuentes culturales.»

La inmigración ha pasado en muy pocos años, apenas una década, de ser una tendencia a convertirse en una situación común, sin que los medios, precisamente porque la tendencia nunca es noticia, se hayan planteado en serio cómo informar sobre ella. No es extraña esa línea de discurso que aún se refiere al «fenómeno de la inmigración» como si acabaran de descubrirlo.

El nuevo escenario multilingüe, multirracial, multicultural, ha ofrecido al Periodismo en España una oportunidad como pocas en su historia para adentrarse en esa realidad multiforme y ofrecer un adecuado reflejo de ella. Una tarea imprescindible, porque cuando la información permite acceder al conocimiento, se obstruye el paso a los fáci-

1. Colectivo Ióé, *La inmigración extranjera en España*, La Caixa, 2000.

2. Anthony Giddens, *Sociología*, Madrid, Alianza Universidad, 1994:797.

les lugares comunes e inquietantes etiquetas que tanto perjudican la convivencia.

Una adecuada cobertura informativa sería una aportación del Periodismo al entendimiento, al discernimiento tan necesario, a la labor preventiva tan ligada a la información rigurosa, al compromiso mutuo, para evitar todo cuanto ha llevado a los países con más experiencia inmigratoria que España al estallido de conflictos que se han ido gestando durante décadas (segundas y terceras generaciones de inmigrantes), en aparente silencio. Francia es un ejemplo. País que, curiosamente, en la polémica mediática que se produjo tras los conflictos en El Ejido (2000), se citaba como modelo de integración.³ Se olvida que una cosa es la realidad vivida y otra la cultura o modelos culturales políticamente deseables.

Teniendo todo esto en cuenta, de la cobertura periodística de la inmigración se deducen estas características:

La inmigración, fuera de las decisiones políticas, sigue sin merecer una *apertura de portada*

La evolución de la población inmigrante ha sido motivo, naturalmente, de numerosas e importantes acciones del Gobierno. Sólo las distintas leyes de Extranjería y el proceso de regularización, han dado material político de sobra para la cobertura mediática, además de las iniciativas de las distintas Administraciones Públicas, medidas normativas, declaraciones, informes, polémicas, estadísticas... Todas ellas, por definición, generadoras de noticias. No obstante, fuera de las noticias fruto

de decisiones políticas, que a su vez suscitan declaraciones y polémicas de interés noticioso, la inmigración es motivo periodístico sólo cuando se ha producido un suceso destacable, un drama humano... Y no será tema de portada salvo que tenga la consideración de *sin precedentes*...⁴

Y es natural porque si ni los retos que está planteando Internet han variado la consideración periodística del *hecho/criterio noticioso*,⁵ menos aún una realidad social multilingüe y multicultural poco conocida por este nuevo perfil de periodista que no sale de las redacciones... Bien al contrario. La inmigración sigue sin merecer una *apertura de portada*.⁶ Por decirlo con datos, de las 1.111 informaciones que corresponden a las tres primeras noticias de portada, sólo cuatro correspondieron a Inmigración.

Lo político y partidista sigue ocupando la preferencia indiscutible e indiscutida del periodista.

Ausencia de especialistas

En esa misma línea de estancamiento, resulta sorprendente que los medios no se hayan planteado siquiera crear nuevos perfiles profesionales, nuevas especializaciones para ofrecer la información pertinente a la variedad de una realidad que ha ido progresivamente adaptándose a los cambios que esta entrada masiva de gentes de tan diversas procedencias ha producido...

Según el último Informe Mundial de Población de la ONU, somos el décimo país del mundo por número de inmigrantes. En Europa, España se ha convertido en el primer destino de la emigración (atrae a uno de cada tres emigrantes del mundo), y

3. Siempre desde esa condición de una cierta clase intelectual, también mediática, que se caracteriza por sublimar lo de fuera y, si no denigrar, sí declinar sistemáticamente cualquier atisbo de explicación para lo de dentro.

4. Lo dice Tomás Bárbulo, uno de los periodistas entrevistados para este trabajo: «Yo no diferenciaría en el ámbito de la inmigración lo que es noticia. Bastante estrecho es ya el *Libro de Estilo* del periódico.»

5. Y ello a pesar del cambio que ha impuesto la Red en los tradicionales criterios de jerarquización de la noticia, dado que los contenidos en el medio digital están determinados por el imperio de la inmediatez, la permanente actualización y la atención al recorrido de lectura del usuario.

6. Aunque sin duda, como no podía ser de otra forma, es un tema de abierto interés periodístico.

está por detrás de Alemania, Francia y Reino Unido. No es, pues, fácil justificar la falta de reacción de los medios ante un escenario social y un marco informativo tan diferentes, abandonados a la pura inercia de un concepto de notabilidad trasnochado, diametralmente contrario a las nuevas condiciones del actual mercado y usuario mediático. Esos términos tan manejados de globalización, de aldea global, democracia ciudadana de la Red... no han dado aún lugar a la reflexión y reacción pertinentes. Es más sorprendente, por eso, que no haya periodistas especializados que ofrezcan un valor añadido a tanta información que circula por la Red. Periodistas expertos, con recursos adaptados a las nuevas condiciones de accesibilidad mediática, capaces de informar con rigor desde el propio conocimiento, sin ideas preconcebidas, que no se dejen guiar, como indicaba E. Said,⁷ antes por la ortodoxia gremial que por las exigencias de una interpretación genuina. Que añadan su propia aportación diferenciada de la información que cualquier entrada en la Red ofrece en cantidad tal que resulta inabordable su asimilación: múltiples versiones y visiones, informes, puntualizaciones, debates, comentarios... a los que se accede con sólo entrar en Google e introducir la palabra clave.

Informar versus alarmar

A pesar de que apenas se ofrece otro mensaje que aquel que afecta a ilegales, irregulares, patetas, redes mafiosas, centros de atención, acciones policiales, rescates, etc., no puede afirmarse, como siguen indicando algunas investigaciones, que los inmigrantes sean presentados como invasores, criminales, delincuentes; pero sí que se

presenta generalmente como problema o motivo de problema. A menudo, bienintencionado como pretende ser todo periodista que se precie, en clave de *su* problema y *nuestra* condolencia, cuyo resultado es la visión de un motivo de inquietud permanente. Un enfoque propio de la nueva moda (o no tan nueva) de *buenismos* que, sin embargo, consigue lo contrario de lo que supuestamente pretende: propiciar un imaginario social de problema, donde (en este momento al menos) no hay más que una convivencia normalizada, con los conflictos que le son propios.

El problema sigue siendo el criterio noticioso imperante. Como la gente *normal* no crea sobresaltos ni reales ni mediáticos, lo que se hace visible (lo que genera una noticia) es el crimen mafioso. El delito es noticia. El delincuente es siempre más mediático que el héroe anónimo. Pero de ahí a identificar al individuo común con el delincuente, va la misma distancia que separa al medio de la experiencia personal de las gentes. Los propios medios aportan al ciudadano informado recursos suficientes para evitar la identificación entre el ciudadano común y el delincuente, y el «voluntariamente desinformado» (una gran mayoría) vive de espaldas a todo lo que no se acomode a la elección de sus particulares recursos comunicativos y a su propia experiencia⁸. Y ya se sabe que el ciudadano medio usa aceptablemente el sentido común.

Porque, manteniendo que el abuso del caso aislado, del mensaje repetido, puede favorecer a partes iguales la creación de estereotipos y estigmas, no hay que prescindir del propio valor de la experiencia ciudadana, más pragmática y posiblemente libre de prejuicios que la inexperiencia del atrevido periodista que busca atraer a esa ciudadanía con su querencia a la permanente *voz de alarma*.⁹

7. Said, E.W., *Cubriendo el Islam*, Debate, 2008.

8. Cfr. Diezhandino, M.P., *Periodismo y Poder*, Pearson, 2007.

9. Aparte de la aparente mayor sensibilización profesional (a menudo inducida más por la presión de lo «políticamente correcto», que por la propia reflexión profesional), con el valor añadido que han supuesto sin duda los medios para inmigrantes, multiplicados en los últimos años.

Debería entenderse de una vez por todas la diferencia entre *Informar* y *Alarmar*.

En el estudio del CIS n.º 2.731 a la pregunta «¿Ha tenido Ud. alguna vez relación o trato con inmigrantes en España?», el 72,1% respondió que Sí.

Y en esa misma proporción, fue afirmativa la respuesta a las preguntas sobre si aceptaría o no:

- Vivir en el mismo barrio: 74,4%.
- Vivir en el mismo bloque: 69,4%.
- Alquilar un piso a inmigrantes: 46,4%.
- Trabajar con inmigrantes: 82,6%.
- Que un inmigrante sea su jefe en el trabajo: 75,7%.
- Que su hijo lleve amigos inmigrantes a casa: 74,82%.

Acerca de las noticias sobre ataques o agresiones violentas llevadas a cabo por inmigrantes contra españoles, a la pregunta de si cree que estas acciones son un fenómeno extendido o se trata de hechos aislados, se contesta así:

	%	(N)
Son un fenómeno extendido	24.9	(690)
Son hechos aislados	65.2	(1812)
N.S.	9.2	(256)
N.C.	0.7	(18)
TOTAL	100.0	(2778)

El ciudadano común juzga cuanto recibe de los medios a partir del tamiz de su propia experiencia. Para la mayoría de aquellos que carecen de expe-

riencia y se limitan a *lo que dice la televisión*, el tamiz es su sentido común.

La realidad, en segundo plano

Por eso, más que la posible identificación de inmigración con delincuencia (mafias, redes de prostitución de mujeres, drogas, siniestros, patetas, muertes en el Estrecho, delincuencia...), a juzgar por los temas motivo de la cobertura periodística, hay una evidente distancia entre la realidad mediática y la vida real de las gentes. La distancia entre el escenario mediático y el real en el que el inmigrante y el autóctono (no se puede decir nativo porque empieza el periodo ya de la segunda generación de inmigrantes nacida en España) se confunden, se cruzan, conviven, no en realidades separadas sino en estrecha vecindad, en nuevas realidades conjuntas que no se hacen visibles en los medios. Y cuando es así, se falsea esa realidad, al extrapolar como noticable aquello que abiertamente está fuera de lo normal, pero se ofrece con apariencia de cotidiano. Por eso, un acto aislado xenófobo o racista es noticia, nunca la confraternidad y la buena y apacible vecindad.¹⁰

También esto es una consecuencia de la falta de especialistas. La realidad a menudo parece ser lo último que se tiene en cuenta, hasta cuando se trata de informar sobre temas susceptibles de mantener o crear estereotipos; o de ofrecer un relato fiel a la situación susceptible de provocar posiciones enfrentadas. Por el desconocimiento se explica el guiño multiuso de los medios para

10. «En los medios se fomenta el racismo con la mala información.» Lo dice Alfonso Cortés, representante de la Asociación Solidaria para la Integración Social (véase [III] Los inmigrantes analizan la Inmigración y el Periodismo), cuyo objetivo es «mejorar la convivencia y apoyar la integración».

«Hay que sensibilizar, mostrar las realidades sociales de los países de procedencia de los inmigrantes y las razones por las que vienen y que la población entienda el motivo de los procesos migratorios, y que el inmigrante se adapte a las costumbres, y respete valores y derechos de la sociedad de acogida. Muchas veces se crea una desinformación bidireccional que origina prejuicios, y piensas que estás discriminado, cuando en realidad son otras las razones por las que no se te dio un trabajo, con independencia del país de donde vengas».

informar de temas marcados por el debate social: puede ser el conflicto religioso, étnico; puede ser un caso de violencia grupal o de género; pueden ser las pateras o cayucos y las muertes en el Estrecho... Todo se ofrece con pautas parecidas: datos *oficiales* sobre lo ocurrido (recogidos en notas de prensa o teletipos de agencia), y alguna apoyatura con la versión de testigos, no siempre de primera mano... Puede bastar con gente que «pasaba por ahí». Y siempre, salvo que queden secuelas con significación especial, el interés periodístico en la historia desaparece una vez emitida la noticia.

La vida real camina siempre por delante de la mediática. Y los públicos diferencian cada vez más entre «lo que dice el periódico o la televisión o han leído en Internet» y sus propias vivencias reales que lo desmienten o lo confirman. Y, sin duda, la propia Red va a ayudar a ello.¹¹

Ya en 1986, Lichter y Rothman¹² decían: «El desencanto público con los medios puede simplemente reflejar cambios en la agenda social.» y hoy, la credibilidad de los medios no está en sus mejores momentos.

Se apuntan, pero no se siguen los temas

La sobreabundancia y el permanente fluir de la información no ha resuelto sino agravado el viejo problema de la desinformación y la descompensación informativa.

Sin duda, en los medios aparece todo cuanto se desprende del foco institucional. Ya se encargan los creadores de la agenda política de ponerlo a su disposición, como buena nueva tentadora e inevitablemente noticiosa. Sin parangón con lo que sucede en el escenario social, a excepción de eso *digno de noticiarse* que preparan las agendas, menos influyentes, de la sociedad civil organizada.

Una decisión del Gobierno, un acuerdo de ayuntamiento, una proclama, una *sonora* acción policial, un conflicto, una manifestación y, por supuesto, el hecho siempre súbito, inesperado y acaso evitable, que se materializa en una muerte en el Estrecho.

Pero quedan siempre silencios y un profundo vacío en el seguimiento de los resultados de esa decisión, acuerdo, declaración, manifestación, acción política o social, inversión, conflicto, etc. Es decir, todo cuanto responde a la verdadera tarea investigadora del periodista profesional, que empieza o debería empezar una vez que los focos del marketing político se han difuminado.

Pero esa mantenida cultura de la noticiabilidad,¹³ que obliga de nuevo a formular aquella pregunta que quedó atrapada en el tiempo: «¿Por qué la prensa es tan a menudo prisionera de esta definición disfuncional de noticia?»,¹⁴ ha reducido a mínimos la iniciativa del periodista, cómodo con la «cultura del bus», y el mensaje del empotrado...

Ese es un motivo bien enraizado, pese a todo el avance electrónico y tecnológico, por el que los medios mantienen su tendencia natural a la simplificación, el caso aislado, la atomización, la ausencia de contextualización comprensiva y

11. El texto periodístico, decía Kapuściński, depende como ningún otro de su contexto: el del propio medio, cada cual con sus principios y filosofía, con su editorial y otros textos que completan en el que se encuentra y «también los lectores constituyen el contexto de un texto periodístico», *Los cinco sentidos del periodista*: 18.

12. Lichter, R., Rothman, S., Lichter, L., *The Media Elite*, Adler & Adler Publishers Inc., 1986 :16.

13. Dicho en palabras de Lichter y Rothman se explica así: los periodistas tienden a lo inmediato, lo concreto, más que a lo abstracto. Esa aversión a lo abstracto, a lo reflexivo, al debate filosófico hace que muchos periodistas, que se ven a sí mismos como pragmáticos, estén, sin embargo, cautivos de la «sabiduría convencional», portadores de esa corriente de lo que supuestamente «se da por sentado»... No se aproximan al mundo desde una actitud mental reflexiva, sino instintiva. Reproducen esquemas, estereotipos, en definitiva. (op. cit.)

14. Hage, G., Dennis, E. E., Ismach, A. H. y Hartgen, S., *New Strategies for Public Affairs Reporting. Investigation, Interpretation, and Research*, Prentice Hall, 1976: 22.

no aisladora de la realidad de la que se extrae el caso...¹⁵

En esta línea hay que señalar una vez más la gran ausencia de la mujer en la cobertura periódica.

Desinformación y equívocos

De la cobertura de la atomización puede derivar la información equívoca o la desinformación, porque excluye el contexto real en el que se produce el motivo noticioso; el contexto en el que se vive, se actúa, se delinque, se trabaja, se convive, se disfruta o se sufre. Y éste es un problema de solución difícil o sin solución en tanto siga marcando la agenda la industria de producción pseudo noticiosa que ha ganado la apuesta al Periodismo.

Ni siquiera la Red, con su pujanza imparable, está urgiendo a la reconsideración de los procesos informativos que respondan a la necesidad de reflejar adecuadamente una realidad social en la que se han introducido nuevos rostros, nuevas si-

tuaciones, costumbres, culturas, conflictos, expectativas, temores y esperanzas...

Visión occidental y burguesa

Ese mal entendido concepto de noticiabilidad, unido al desconocimiento del *otro*, a su focalización extraída del contexto que le da sentido, y siempre a partir de la visión occidental, burguesa, y muy frecuentemente indocumentada en materia tan delicada como es la que afecta a seres humanos *distintos*, pueden ser factores de tensión social. Mientras los medios no dejen de tratar el tema de la inmigración a partir de esa visión de «ricos sorprendidos ante la pobreza del *otro*», o de posiciones políticas, o de la conmiseración diletante, desde el cómodo distanciamiento, serán ellos parte, acaso causa, del problema generador de noticias... sus noticias.

El periodismo debe tratar de afirmarse en su valor social, como responsable del derecho a saber de las gentes, que tiene una función orientadora en lo informativo y, en consecuencia, aglutinante en lo social. Por eso es el momento de estar alerta.

15. Hoy se mantienen lo que un periodista corresponsal en Alemania decía en 1994 a propósito de las informaciones alarmistas sobre la nueva ola neonazi:

- «Hay 80 millones de habitantes en la Alemania Unida y no llegan a 80.000 los neonazis y simpatizantes registrados por la policía. Pero lo que ocurre es que la televisión ha mandado a Alemania a gente que no se ha molestado en conocer el país y se limita a seguir el camino fácil de dar imágenes de etiquetas: ahí van los nazis a matar turcos. Se vende muy bien: si es verdad, da lo mismo. Y los dos o tres que escribimos la verdad, somos de provincias y aquí sólo se lee la prensa de Madrid.» (Diezhandino, Bezunarte y Coca, *La Élite de los periodistas en España*, UPV, 1994: 139.)

2. EL TRATAMIENTO DE LA INMIGRACIÓN

2.1. Introducción

Una información hoy, como ha señalado Kapuściński,¹ no tiene valor porque sea verdadera, sino porque «esté en condiciones de interesar a un público» que, por otro lado, es «crecientemente caprichoso». De ahí, que se exacerben a menudo las situaciones sobre las que se informa. Y, de ahí también, que se atienda al blanco más noticiable de la llegada masiva de *desheredados y pobres* a las costas andaluzas y canarias, o a la existencia de mafias que los someten y engañan (ámbitos noticiosos a los que hay que atender, naturalmente) y se desatienda todo lo demás. Y parte de *lo demás* es la respuesta a esas preguntas que quedan en la mente de quien recibe la noticia: el qué ha sido de ellos; conocer la propia situación de la que proceden esos *pobres y desheredados* que arriesgan sus vidas para alejarse de ella en unos casos y, en otros, para mejorarla; la vida común de y con los nuevos vecinos; esa nueva realidad conformada por autóctonos y recién llegados de orígenes tan diversos... Qué ha ocurrido con las mafias, qué se ha hecho para desarticularlas, qué medidas se están tomando (o dejando de tomar), quién se beneficia de tan *potente industria*.² Seguir el rastro de la noticia en su sentido más global, en fin.

2.2. Atención especial

Piénsese en esta declaración de la Conferencia Política que el PSOE celebró en septiembre de 2006: La

inmigración merece atención especial, por cuanto es «el fenómeno que mayor impacto ha tenido en la sociedad española desde la última década del pasado siglo, tanto por su dimensión como por su intensidad temporal», hasta el punto de que su adecuado encauzamiento «representa, sin duda, uno de los retos colectivos de mayor envergadura que habrá que afrontar durante los próximos años».

Ese año lo reflejaban bien las encuestas. Los principales problemas de España a juicio de los españoles eran (*Estudio CIS*, n.º 2649):

- El paro, 49,7%.
- La inmigración, 29,8%.
- Terrorismo, 24,9%.
- Vivienda, 24,6%.
- Problemas de índole económico, 19,5%.
- La inseguridad ciudadana, 17,6%.
- La calidad del empleo, 10%.
- La clase política, 9%.

En los últimos lugares se encontraban:

La violencia contra la mujer, 2,8% (de 2.482 encuestas, este porcentaje significa una frecuencia de 70).

El racismo, 0,6% (16).

Y los principales problemas que afectan (al encuestado) personalmente:

1. Kapuściński, R., *Los cinco sentidos del periodista*, APM, 2005: 24.

2. Tampoco estaría mal averiguar qué parte activa tienen los medios que admiten en sus páginas anuncios escabrosos de contactos y comercio sexual...

Los de índole económico, 24,0%.
El paro, 23,7%.
La inseguridad ciudadana, 13,2%.
La vivienda, 19,9%.
La calidad del empleo, 11,2%.
La inmigración, 9,7%.

En los últimos lugares siguen:

La violencia contra la mujer, 1,0% (24).
El racismo, 0,3% (8).

Estos resultados son interesantes, porque se diferencia bien entre los problemas generales del país (la inmigración en segundo lugar) y los propios, entre los cuales la inmigración figura a un nivel muy inferior (el sexto), pero no desdeñable. Un dato que debería tenerse en cuenta en la cobertura mediática y su tratamiento.

Unos apuntes a propósito del racismo

Desde luego, el asunto de la inmigración no está al nivel de la violencia contra la mujer, que no parece conmover al ciudadano medio, lo cual es inquietante; o el racismo, que no figura siquiera en su mundo de preocupaciones. ¿Considera quizá el ciudadano medio que no hay motivo para que así sea?

Sobre el racismo, un término de uso tan mediático, asimilado muy habitualmente a xenofobia, clasismo y hasta homofobia, hay una reflexión importante que está por hacer en los medios. La tentación acusadora de racista, a menudo se utiliza, consciente o inconscientemente, en situaciones prototípicas de clasismo, conflicto, agresividad, ignorancia, xenofobia, descontrol de conducta, violencia, salvajismo, etc. Es racismo o xenofobia el ataque de un autóctono a un extranjero y, si es de tez oscura, con mayor motivo. No lo es, en cambio, si se trata

del mismo tipo de ataque entre dos individuos o grupos de individuos de nacionalidades extranjeras. Es xenofobia el ataque, como dijo José Montilla, a la sinagoga del Call de Barcelona (Jacobo Israel, Presidente de la Federación de Comunidades Judías en España, en una entrevista de *El País*, 1-3-09, decía: «Pero, oiga, nosotros no somos extranjeros, somos españoles»). Y la utilización inadecuada del término en situaciones motivadas por razones muy distintas al racismo, termina creando un malestar generalizado, en unos por ser acusados y, en otros, por considerarse objeto de la acusación.

Hay que tener en cuenta lo que ha expresado con claridad Champagne: los medios «fabrican colectivamente una representación social que, aún cuando esté bastante alejada de la realidad, perdura pese a los desmentidos o las rectificaciones posteriores porque, con mucha frecuencia, no hace más que fortalecer las interpretaciones espontáneas y por tanto moviliza en primer lugar los prejuicios y tiende, con ello, a redoblarlos».³

Según el último Estudio Demoscópico 2008, sobre la Comunidad Inmigrante Musulmana, realizado para los Ministerios de Justicia, Interior y Trabajo e Inmigración y encuadrado dentro del Plan Nacional para la Alianza de Civilizaciones, la mayoría de los inmigrantes musulmanes que viven en España dicen sentirse adaptados a la vida en el país y no perciben que existan obstáculos para la práctica de su religión. Valoran de forma muy positiva tanto a la sociedad española como a su sistema político y expresan un alto grado de confianza en los principales grupos e instituciones sociales. El informe, que se realiza por tercer año consecutivo, tiene el objetivo de reflejar el grado de integración en España de esta comunidad religiosa y cultural. El 81% considera que el sistema de sanidad pública es de calidad y abierto a todos por igual. El 79% cree que la Constitución española protege la libertad de expresión, reunión y asociación con independencia de la nacionalidad, sexo, raza y reli-

3. Champagne, P., «La visión mediática», en Bourdieu, P. *La miseria del mundo*, Akal, 1999: 51-63.

gión. Un 58% piensa que el Parlamento refleja y representa la voluntad popular y el 79% asegura que en España las mujeres tienen las mismas posibilidades de participar en la actividad y en los cargos públicos que los hombres. Un 31% de la comunidad inmigrante musulmana afirma que existe rechazo o recelo respecto a la religión musulmana, si bien considera que es menor que el que se produce en Europa o en el mundo en general. El estudio revela, asimismo, que el 76% asegura encontrarse a gusto. Los dos motivos principales aducidos por quienes dicen sentirse regular, poco o nada a gusto, coinciden con los expresados en años anteriores: la falta de trabajo (56%) y la añoranza por la familia y los amigos (30%). Las menciones del paro han sufrido un incremento significativo desde la primera oleada del estudio realizada en 2006 (21%). En cuanto a su adaptación a las costumbres españolas, el 86% de los

inmigrantes dice estar adaptado, el 46% asegura entender, hablar y leer el español sin problemas, frente al 54% que afirma tener algún tipo de limitación. El 57% (cuatro puntos menos que hace un año) considera que las expectativas que tenían antes de venir a España se han cumplido en su totalidad o bastante, frente al 41% (seis puntos más que en el estudio de 2007) para quienes se ha cumplido en una pequeña parte o no se ha cumplido en absoluto.⁴

Hay en la actualidad 1.145.424 de musulmanes en España. La cifra está muy por encima de los 525.000 que vivían en el país en 2003, lo que significa que su presencia se ha duplicado con creces en sólo un lustro.

En cualquier caso, los medios no deberían ser ajenos a ese gran «reto colectivo» al que se refería la Conferencia Política del PSOE. Pero lo cierto es que, acaso a su pesar, lo son.

4. <http://www.pluralismoyconvivencia.es/noticias/archivo/35258.html>.

3. TEMAS. EN PRIMER LUGAR, LOS CAYUCOS

La atención mediática se centra fundamentalmente en la llegada de pateras, cayucos, los barcos nodriza, los *sin papeles*, las vallas de Melilla,¹ traslados a la Península, asentamientos ilegales, redes, abusos, explotación...

Véanse como muestra algunos titulares extraídos de las portadas:

- UNA DELEGACIÓN ESPAÑOLA LLEGA A MAURITANIA PARA INTENTAR FRENAR LA LLEGADA DE PATERAS A CANARIAS.
- COMIENZA LA CONSTRUCCIÓN DE LA SIRGA TRIDIMENSIONAL.
- MARRUECOS DETIENE A 651 INMIGRANTES QUE PRETENDÍAN ENTRAR EN MELILLA.
- SE ELEVAN A 25 LOS CUERPOS DE *SIN PAPELES* RECUPERADOS EN AGUAS MAURITANAS.
- UN BARCO ESPAÑOL RECUPERA LOS CADÁVERES DE 24 INMIGRANTES QUE TRATABAN DE LLEGAR A CANARIAS.
- MUEREN 32 INMIGRANTES EN UN NAUFRAGIO EN MAURITANIA AL INTENTAR LLEGAR A CANARIAS.
- EL GOBIERNO ENVÍA A LA COMUNITAT 250 INMIGRANTES EN TRES MESES, MÁS QUE DURANTE EL AÑO PASADO.
- ESPAÑA PERMITE A PARTIR DE HOY LA LIBRE ENTRADA DE TRABAJADORES DEL ESTE.
- ESPAÑA IMPULSA UN GRUPO DE TRABAJO EUROPEO PARA CONTROLAR LA INMIGRACIÓN ILEGAL.
- AL MENOS 32 MUERTOS AL NAUFRAGAR FRENTE A MAURITANIA UNA PATERA QUE PRETENDÍA LLEGAR A CANARIAS.
- UNA PATRULLERA DE LA GUARDIA CIVIL INTERCEPTA A 41 INMIGRANTES FRENTE A LAS COSTAS DE GRANADA.
- MUEREN 32 INMIGRANTES EN UN NAUFRAGIO EN MAURITANIA AL INTENTAR LLEGAR A CANARIAS.
- LA GUARDIA CIVIL INTERCEPTA A 41 INMIGRANTES MARROQUÍES FRENTE A LAS COSTAS DE GRANADA.
- UNA BANDA EXPLOTA EN EL CAMPO A 100 BOLIVIANOS, LES PAGA 10 EUROS AL DÍA Y LOS HACIEN EN CASAS DE VALENCIA.
- LOS JUECES DENUNCIAN UN FRAUDE MASIVO EN BODAS DE CONVENIENCIA PARA LEGALIZAR INMIGRANTES.
- LA COMUNITAT LLEGARÁ AL MILLÓN DE INMIGRANTES A FINAL DE AÑO.
- AVIONES Y BARCOS DE OCHO ESTADOS DE LA UE PATRULLARÁN COSTAS ESPAÑOLAS Y AFRICANAS.
- EL GOBIERNO APRUEBA HOY EL PLAN ÁFRICA PARA FRENAR LA LLEGADA DE INMIGRANTES.
- UNA CIRCULAR DEL GOBIERNO AMENAZA CON DEJAR A 20.000 INMIGRANTES EN PARO Y *SIN PAPELES*.
- LA LLEGADA AYER DE 647 PERSONAS EN CAYUCOS BATIÓ LA MARCA DE INMIGRANTES.
- CAE UNA RED DE TRÁFICO DE PERSONAS.

1. Hay que recordar que 2006 fue el año en que se levantaron las vallas separadoras entre Melilla y Marruecos.

- CALCULAN QUE HAY UN MILLÓN MÁS DE ILEGALES QUE HACE UN AÑO.
- INTERCEPTADA UNA PATERA EN MOTRIL CON 36 INMIGRANTES.
- MUEREN 32 SUBSAHARIANOS AL NAUFRAGAR LA EMBARCACIÓN CON LA QUE INTENTABAN LLEGAR A CANARIAS. LOS SUPERVIVIENTES SE ENCUENTRAN EN ESTADO GRAVE POR LA INSOLACIÓN, LA SED Y EL HAMBRE. BUSCAN UN BARCO CON OTRAS 600 PERSONAS.
- LA GUARDIA CIVIL INTENTA LOCALIZAR AL SUR DE CANARIAS UN BARCO CON MEDIO MILLAR DE INMIGRANTES.
- EL RETO DE LA INMIGRACIÓN. MUEREN 32 SUBSAHARIANOS AL NAUFRAGAR LA EMBARCACIÓN CON LA QUE INTENTABAN LLEGAR A CANARIAS. LOS SUPERVIVIENTES SE ENCUENTRAN EN ESTADO GRAVE POR LA INSOLACIÓN, LA SED Y EL HAMBRE.
- DOS MENORES, ENTRE LOS 37 OCUPANTES DE UNA PATERA INTERCEPTADA EN MOTRIL.
- DETENIDOS 207 SENEGALESES EN MAURITANIA QUE INTENTABAN VIAJAR DE MANERA ILEGAL A CANARIAS. LA POLICÍA DE CEUTA ENTREGA A MARRUECOS 12 INMIGRANTES HALLADOS EN UNA ZODIAC.
- LA ONU SOSTIENE QUE ESPAÑA ES EL PAÍS DE LA UE QUE MÁS EXTRANJEROS RECIBE.

Es cierto que 2006 fue un año especialmente dramático. *ADN.es* recogía de la Agencia EFE (19-7-07) estos datos:

Marzo. El buque hospital español *Esperanza del Mar* recupera los cadáveres de 25 inmigrantes subsaharianos, en una zona situada a 400 millas de las islas Canarias y 70 de Mauritania. 45 inmigrantes, casi todos subsaharianos, muertos al naufragar en aguas del Sáhara Occidental dos pateras que se dirigían hacia el archipiélago de Canarias.

Abril. Al menos 32 subsaharianos muertos, al naufragar al norte de Mauritania la embarcación en la que habían partido 17 días antes rumbo a Canarias.

Julio. Recuperados por las fuerzas de seguridad marroquíes, a unos 20 kilómetros al oeste de El Aaiún (Sáhara Occidental), los cadáveres de 26 subsaharianos que se ahogaron al naufragar la patera en la que viajaban.

Agosto. Hallados los cadáveres de 28 emigrantes ilegales subsaharianos en la costa atlántica de la provincia de El Aaiún. El mismo mes, 19 inmigrantes subsaharianos mueren al explotar una bombona de gas a bordo de la embarcación en la que viajaban. Días después, al menos 28 inmigrantes africanos mueren cerca de las costas mauritanas en un intento por alcanzar el litoral de las islas canarias.

Noviembre. Al menos 14 muertos, 17 desaparecidos y 13 supervivientes, al naufragar dos pateras en aguas del Sáhara Occidental.

Diciembre. 22 personas mueren de frío en una embarcación que había salido de la región sureña de Casamance rumbo a Canarias y que encalló en una playa cerca de Daka.²

No extraña, pues, que los medios den noticia de tanta tragedia, pero sí que añadan dramatismo a lo que ya es un drama sin añadidos; que su foco de atención sean las pateras, con esa idea subyacente, bien representada por esta frase: «Más vale morir en el intento que vivir intentándolo.» La pregunta es: ¿Cómo lo deducen? La respuesta: Su/nuestra visión, desde la mentalidad occidental y burguesa. ¿Alguien se lo ha preguntado a ellos?³

Por eso, y porque son noticias facilitadas a través de remitidos por lo general, prácticamente las informaciones se limitan a los episodios trágicos, como si fueran la única realidad representativa de la inmigración, su única cara visible. Así no pueden enfrentarse a ese «gran reto colectivo». No

2. Y la tragedia continúa, hasta superar 18.000 muertes en los 20 años de recuento.

3. Cuando, en una de nuestras entrevistas personales, en este caso al senegalés Babakar, le preguntamos por su experiencia en la patera, ni siquiera pudo contestar. Nos dijo que todavía no era capaz de hablar de ello. Lo último que quería era morir en el intento...

hay que olvidar que también 2006 fue el año de la libre entrada de trabajadores del Este, sin necesidad de permiso de trabajo ni restricciones; y que seguían llegando de América Latina, Asia, los Balcanes, Rusia, etc. Pero ninguno de ellos está presente, salvo que se descubra alguna banda de delincuentes con métodos militares que suele salir de vez en cuando en los medios.

La razón es el impacto de la tragedia. Los «malestares para periodistas», como los llama Patrick Champagne: los que por sí solos atraen a éstos porque son *fuera de lo común*, dramáticos o conmovedores y, por esa razón, periodísticamente rentables.⁴ Es el caso de los gitanos rumanos, que, como señala Cristina Linu, de la Federación de Asociaciones Rumanas en España, «influyen en la mala imagen de todo el colectivo, cuando hay 25.000 gitanos de origen rumano frente a los 720.000 rumanos empadronados y un millón de rumanos en realidad».

Y nadie se plantea que esa presencia excesiva, sin contrapesos explicativos, de «ilegales», de redes de tráfico de personas, detenciones, naufragios, fallecimientos, fraudes... no beneficia la visión de «los otros», ni para ellos, la del «nosotros»; la visión con intento de aglutinar y no de separar, que está en el fondo del valor social que representan los medios.⁵

Uno de los entrevistados para este trabajo, el mauritano Diadie Youba,⁶ ofrece dos datos de interés que nunca reconocerían muchos periodistas —por aquello de «que la realidad no estropee la noticia»—: 1) «Para los medios, *la inmigración más famosa es la más minoritaria*, las pateras. Porque buscan los criterios de diferencia más que lo común.» Y, 2) «La gente de la patera no viene de pasar hambre. Hay gente que deja un centenar de vacas, que allí es una auténtica fortuna. Pero un occidental no lo concibe, da por hecho que todos salen del hambre, que prefieren arriesgarse a morir...».⁷

No es el único entrevistado que ofrece este dato. «Los pobres no emigran», dice taxativo Hugo Bustillos, coordinador general de ACOBE, Asociación de Cooperación Bolivia España. «En contraste con la imagen de los medios de comunicación, la mayoría de los emigrantes no son los más pobres de entre los pobres en sus propios países.»⁸ Ellos no tienen ni dinero ni capacidad para endeudarse.

Como explica Saif Ben Abdenour, del Centro Cultural Islámico de Madrid, «vienen influenciados por el canal humano del vecino, del familiar que ha llegado a Francia, España o Alemania y ha triunfado en pocos años. Otro canal son los medios de comunicación. Los medios no hablan de los problemas de la sociedad europea. La percepción de

4. O bien, dice: «Aquellos cuya representación pública se fabricó explícitamente para interesar a los periodistas.»

5. Patrick Champagne, «La visión mediática», en Pierre Bourdieu, *La miseria del mundo*, Akal, 1999: 51-63.

6. Véase cap. «Los inmigrantes analizan la inmigración y el periodismo»

7. Frente a esa exclusividad de las pateras, Diadie hace esta crítica: que no vigilen «qué hacen esas *madres Calcuta*» —como llama a muchas ONGs—, «que hacen dos o tres cosas bonitas y salen en la foto». Y las hacen, dice, «para llamar la atención y justificarse porque todas dependen de las subvenciones. Las ayudas de las ONG están solapadas. No hay estructura, no hay orden, no hay criterios. Todos quieren ser *madres Calcutas* porque hay financiación, porque las ONG son un recurso de empleo. Y así ocurre cosas como ésta: montaron los centros de acogida de subsaharianos sin contar con nosotros. Montan proyectos (con esas subvenciones) y luego van a buscar usuarios. En tanto nosotros, tenemos proyectos y usuarios y no contamos con medios».

8. El viaje clandestino cuesta entre cinco mil y treinta y cinco mil dólares, dependiendo de la red que lo organice. Muchos emigrantes son pequeños comerciantes que venden sus negocios, o dueños de tierras que hipotecan sus propiedades para pagar el caro viaje. Algunos poseen educación superior y han recibido formación profesional.

La inquebrantable voluntad de los emigrantes por cruzar a Europa a cualquier precio, tan gráficamente ilustrada por el asalto a las vallas que rodean Ceuta y Melilla, se explica mejor por la gran inversión que hacen para alcanzar la frontera, su miedo a tener que volver a cruzar el Sahara y su desesperación por quedar atrapados en el camino. La ruta hacia la UE forma parte de un «entramado» desde el cual no es posible salir excepto por medio de la deportación forzosa. Gracias a su tenacidad, muchos de los emigrantes consiguen entrar en Europa de algún modo.» (<http://www.libreria-mundoarabe.com/Boletines/n%BA61%20Jun.o8/AsaltoAlasVallas.htm>).

cómo es el primer mundo: parece que vienen al paraíso».

¿Por qué se arriesgan, entonces? Una explicación la ofrece el propio Hugo Bustillos. «Primero voy yo para cumplir un sueño». Otra se encuentra en razones culturales, además de las económicas. Diadie lo explica así:

Cuando llegas a la madurez tienes que salir sea quien sea tu padre. Salir como si fuera un paso de madurez, un ritual. Ahora es de país a país. Antes era al pueblo vecino. Se decía, «si eres malcriado y sales al mundo, éste te devolverá a tu sitio, te enseñará lo que es la mala educación». Si no has salido eres un ignorante. Hay que salir para saber qué hay alrededor. Ahora los alrededores ya no son el pueblo de al lado, son otro país. Unos han salido y han vuelto y eso es *modernismo* y esto nos ha conducido al fracaso. Ahora el dorado está en otros países. Por eso, se equivocan quienes piensan desde la experiencia occidental, que los que vienen en patera huyen del hambre. Ninguno lo hace. La gente de la patera no está pasando hambre; es una oportunidad, una aventura. Hay una aventura que se saldó con éxito y entonces hay que ir a buscar el éxito. En las pateras se mete gente que quiere salir para prosperar. Salir para traer. Hay una competencia grandísima. Hay que hacer el viaje.

Por eso añade:

Muchos españoles tienen una imagen pésima de la inmigración porque sólo conocen lo que dan los medios. Por eso para mí, acercarme a los medios es una lucha personal. Que aprendan a escucharnos, no a reproducir lo que les llama la atención a esos redactores indocumentados sobre el tema del que tienen que informar. Manejan el estereotipo por una mera cuestión de incultura.

A la mujer le traen otros motivos

Para las mujeres las razones son otras. Depende de su procedencia. Un dato significativo: al senegalés Abdoulaye Daf le gustaría traer a sus hijos. En cambio, no quiere que su mujer venga a España porque aquí la mujer africana «aprende» a vivir en libertad y ya conoce casos en que se adaptan y dejan a sus maridos. No quiere correr la misma suerte.

La libertad es un horizonte que merece sacrificios. Algunas lo pagan demasiado caro. El tráfico de mujeres y la prostitución están al acecho.

Pero las razones de unos y otras no están en los medios, como tampoco su destino. Aparece sólo una instantánea del trayecto y, luego, se pierde el rastro.⁹

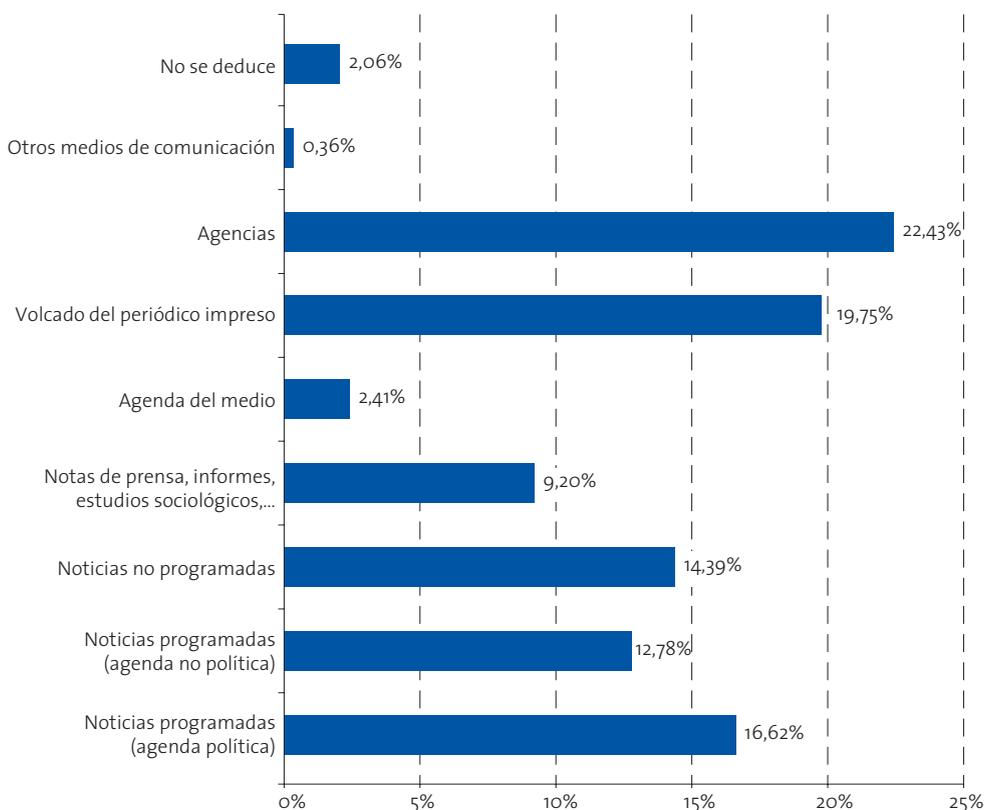
9. Todo ello no invalida el esfuerzo que indudablemente también se ha hecho, sobre todo en medios que se editan en las zonas más afectadas por ese drama humano de las llegadas, como ocurre en las costas andaluzas o canarias. Lo decía Daida Rodríguez: «*Canarias* 7 sí se ha volcado mucho en darle su espacio. Ahora mismo, que llegue un cayuco con un número determinado de personas es noticia. Pero el campo de la inmigración es muy amplio. También es noticia el caso de los menores, cómo son atendidos, cuáles son sus situaciones. También son noticia si consiguen trabajo. Si se les está concediendo asilo o no. Todas las políticas que se desarrollen a su alrededor. Todo lo que tenga que ver con inmigración por lo menos en este medio de comunicación es noticia. Un inmigrante que consigue salir adelante, también es noticia. Cómo es su vida aquí, cómo se integra en la sociedad... La inmigración es un área tan compleja y que repercute tanto en la sociedad, muchas veces de una manera negativa, que no sólo es noticia que lleguen, que es una noticia importante, sino también qué sucede después de que lleguen.»

4. LOS SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN

También en un ámbito temático tan específico, con mil historias a pie de calle dispuestas a dejarse contar, de nuevo el sistema ciego acude a las agencias en primer lugar. Y, en este caso, los valores de

las categorías de «Noticias programadas» y «no programadas» podrían sumarse al de agencias, porque es muy frecuente, como ya se ha indicado, que desaparezca de la data la procedencia.

Gráfico B1. PROCEDENCIA DE LAS NOTICIAS SOBRE INMIGRACIÓN



Lo cierto es que la estricta agenda del medio se reduce a un 2,41%. La verdad es que es fácil caer en la tentación de no salir de la redacción. No es posible imaginar cuánta información está generando cada día toda la dimensión de ese Tercer Sector en plena ebullición; toda la dimensión de las Administraciones públicas de las 17 Comunidades Autónomas, las ciudades de Ceuta y Melilla, el propio Gobierno Central, ayuntamientos, fundaciones privadas de distinta naturaleza..., todos movilizandando personas, normativas, recursos y ayudas para inmigrantes. Sobre el dato del 16,62% de la agenda no política, piénsese que sólo en el momento de la denuncia de la sirga tridimensional en la valla de Melilla, «para exigir investigación rigurosa sobre todos los hechos», firmaban 61 asociaciones¹, básicamente andaluzas, todas susceptibles de proporcionar información sobre el ámbito de trabajo y ayuda al que se dedican.

Es significativo lo que indicaba el *Informe del CECS 2002*, acerca de los movimientos sociales: «Para que sus actuaciones tuvieran trascendencia, estos movimientos sociales han tenido que generar una relación simbiótica con los medios de comunicación de masas, con todas sus ventajas e inconvenientes, pues a menudo éstos sólo se preocupan por la acción concreta que realiza un movimiento y no por las razones que lo motivaron».²

Y gracias a la labor de esa sociedad civil organizada, asociaciones de inmigrantes o de ayuda a la inmigración..., a partir de los datos que ofrecen los informes elaborados por sus expertos aparecen en los medios muchos temas de interés, y buenos

reportajes inducidos por esos informes y sus contactos.

Con todo, las agencias, que a su vez están bien nutridas con la información procedente de la policía, aduanas, salvamento marítimo, Cruz Roja, Cáritas, servicios sociales, análisis estadísticos, informes, ONGs, Defensor del Pueblo, centros de estudios..., son el 100% de la cobertura de *20minutos.es*, *ABC.es* y *levante-emv.com*, *melillahoy.es* vuelca directamente la edición impresa.

Sólo *elmundo.es* y *LAVANGUARDIA.es* tienen un nivel aceptable de agenda propia, 9,52% y 10,87%; *levante-emv.com*, *elPeriódico.com*, *ELPAÍS.com*, *ideal.es* y *SUR.es* oscilan entre el 1% y el 2,44%. El resto carece de ella.

Estos datos mejorarán, sin duda, cuando sean una realidad las redacciones integradas, y las empresas empiecen a convencerse de que lo suyo no puede ser un mero mecanismo reproductor de lo que puede obtenerse por tantos, innumerables, medios dentro de la Red.

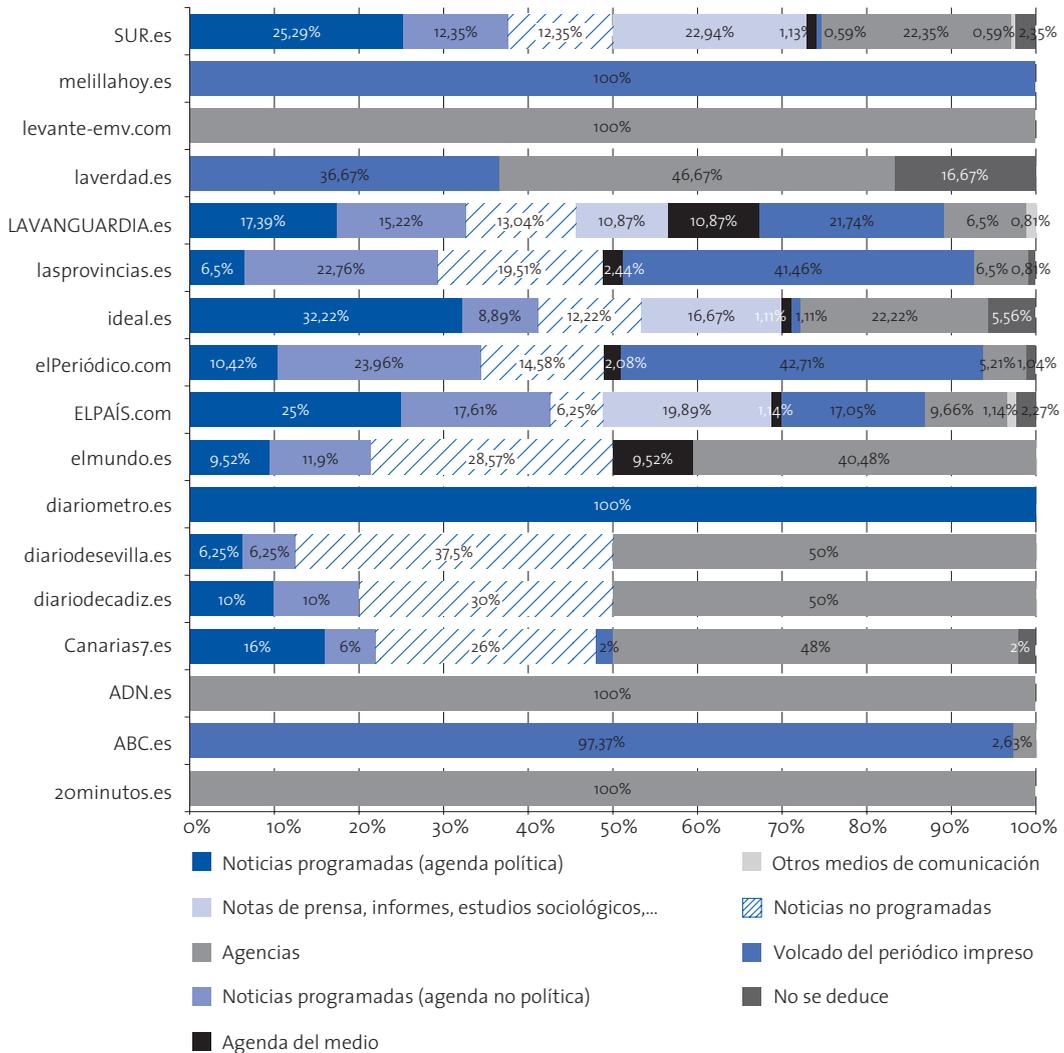
4.1. Las secciones de acogida

El hecho de que, en un casi 34%, estas noticias figuren en las secciones políticas, es indicativo de que los medios siguen con la agenda marcada por las instituciones. Sus cambios legislativos, normativos; sus acuerdos, sus declaraciones, sus iniciativas, sus intenciones, los debates y polémicas partidistas, etc.

1. Congregación Ursulinas de Jesús, Provincia España - Benedictinas de Montserrat - Hermanas Carmelitas de la Caridad (provincia de Madrid) - Observatori del Sistema Penal y els Drets Humans - Red de Asociaciones del Norte de Marruecos Chabacka - Asociación Como Soy - Asociación socio-cultural barrios (oficina de derechos sociales) - Colectivo Paideia - Granada Acoge - Motril Acoge - Bona Voluntad en Acció - Solidarios para el Desarrollo - Coordinadora de Barrio de Madrid - Córdoba Acoge - Sevilla Acoge - CODENAF - ESCULCA - Asociación Familias Antidroga FANTID - Asociación Colectivo Apoyo y Seguimiento menores y jóvenes Alucinos-La Salle - Asociación recurso comunitario contra la exclusión social Komunal - Fundación Raíces - Association Tadaoul - Association Benaamn - NPS Radio - Misioneros Javerianos - Association Marocaine des Droits Humains - Linares Acoge - Sección Misiones Religiosas de Bizkaia - Asociación Elín - Asociación de Cristianos por la Abolición de la Tortura ACAT - Asociación Para la Defensa de la Sanidad Pública - Asociación Juvenil Nueva Unión - CGT Salamanca - Asociación Pro Inmigrantes de Córdoba APIC - Papers i Drets per a Tothom - Federación de Asociaciones SOS Racismo Estado Español - Red ANAMPER, Perú - Papers i Drets per a Tolhom - Associació Solidaria DAB - Associació Catalana per a la Defensa dels Drets Humnas - Comisión de Defensa del Colegio de Abogados de Barcelona - Religiosas Filipenses en Córdoba - Asociación CINTRA - Médicos del Mundo - El Caracol - Ecologistas en Acción - ASPA Granada - AMAILs - Asociación de Educadores .

2. CECS, 2002: 52.

Gráfico B2. PROCEDENCIA DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN. RESULTADOS POR MEDIOS



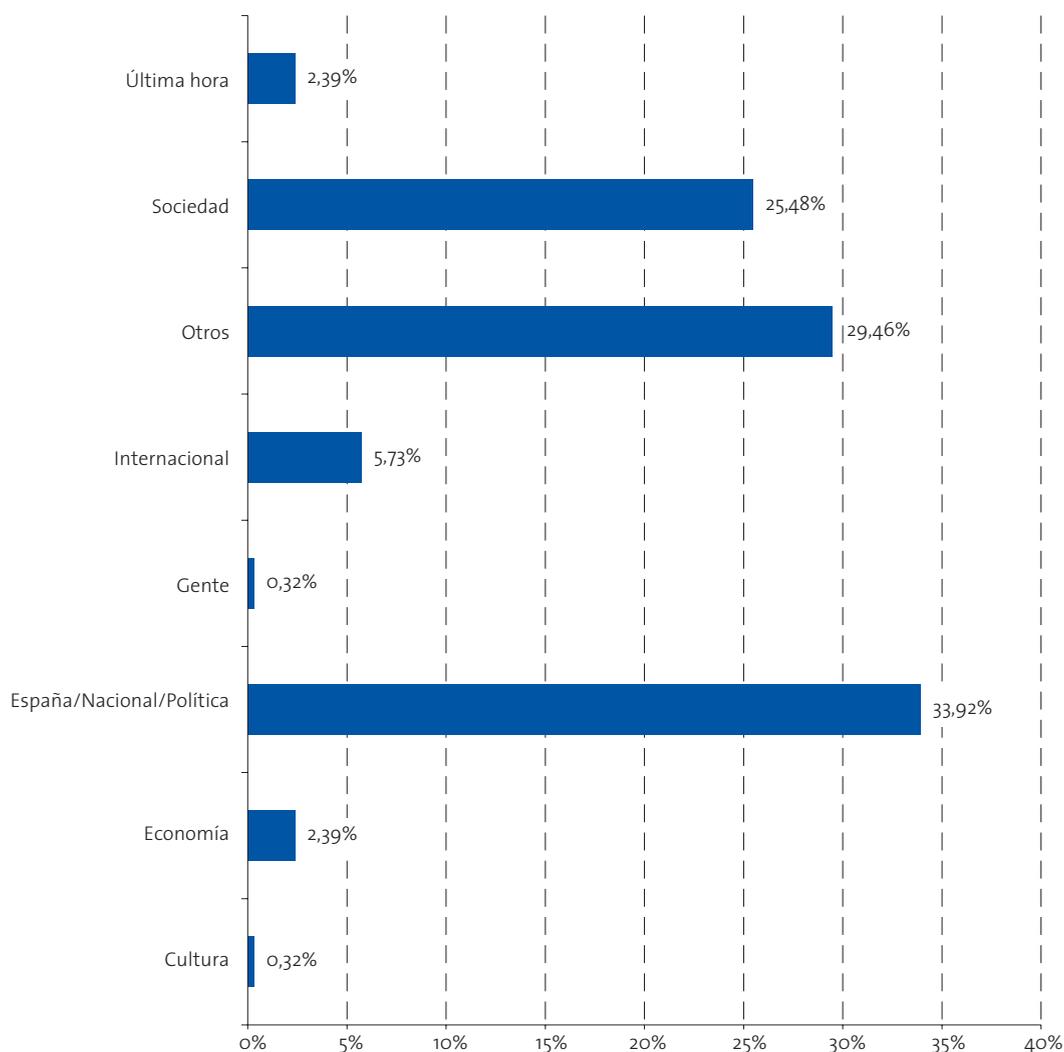
Y ese 25,48% que va a las secciones de Sociedad procede de instancias no políticas, sino policiales, remitidos, comunicados, notas de prensa..., de organizaciones de distinta naturaleza, como ya se ha indicado. Son temas ni buscados por los miembros de la redacción ni tratados en su mayoría desde la atención que cabría esperar. Algunos ejemplos:

Dos inmigrantes son atendidos en Granada

La Guardia Civil ha interceptado durante las últimas horas dos pateras con 65 inmigrantes a bordo en aguas de Almería y Granada, encontrándose todos en buen estado de salud.

Según informaron fuentes de Salvamento Marítimo en Almería a Europa Press, por lo que respecta a la patera interceptada en aguas de esta

Gráfico B3. DISTRIBUCIÓN DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN POR SECCIONES



provincia, fue interceptada por la Guardia Civil a tres millas suroeste de Almerimar, en El Ejido (Almería).

Se elevan a 25 los cuerpos de «sin papeles» recuperados en aguas mauritanas

El buque hospital *Esperanza del Mar* ha rescatado un cuerpo más del océano, con lo que la cifra

total de cadáveres de inmigrantes recuperados tras naufragar la embarcación en la que viajaban cerca de Mauritania se eleva a 25, según han informado fuentes del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

La operación de rescate de los cuerpos de los inmigrantes subsaharianos comenzó el martes por la tarde, después de que en el buque se reci-

biera un mensaje de un pesquero que había avistado los primeros cuerpos en una zona situada a 400 millas de Canarias y a 70 de Mauritania.

Llegan más pateras

Entretanto, tres pateras, con al menos 77 inmigrantes a bordo, alcanzaron anoche la costa sur de Gran Canaria, donde las fuerzas de seguridad rastrean la zona en busca de más extranjeros irregulares que, al parecer, lograron huir tras alcanzar tierra, ha informado hoy la Guardia Civil. Esta nueva llegada de embarcaciones con indocumentados se suma al aluvión de «sin papeles» que han arribado en los últimos días a las costas de Canarias, cuyas instalaciones de acogida se encuentran desbordadas.

Una banda explota en el campo a 100 bolivianos, les paga 10 euros al día y les hacina en casas de Valencia

La Policía Nacional ha detenido en Valencia a ocho miembros de una banda que explotó a un centenar de inmigrantes bolivianos en la recogida de cítricos. Las víctimas pagaban más de

dos mil euros por poder venir a España a trabajar. Después acababan hacinados, durmiendo en colchones y cobrando 10 euros por jornada.

«Cómo viajar desde Bolivia a España en busca de un futuro mejor, perder más de 2.000 euros por el camino y acabar cobrando 10 euros por una jornada de sol a sol.» Éste podría ser el título de la historia de más de un centenar de bolivianos, engañados por una de las mafias más importantes de explotación laboral desarticulada por la policía en la Comunidad Valenciana.

Las víctimas caían en la trampa atraídas por un anuncio de televisión que les presentaba sugestivas ofertas de empleo en España, con sueldo cercano a los 1.500 euros, les prometía billete de avión, alojamiento, manutención y un trabajo legal en el campo.

Al aterrizar en Valencia, vaciaban más sus bolsillos. Los miembros de la red les pedían otros 400 euros a cambio de una carta de invitación, cuyo fin era «disfrazar de turistas» a los trabajadores para que pudieran estar en España sin visado.

5. LOS PERSONAJES SON POLÍTICOS

Se mantienen los mismos esquemas de funcionamiento, o muy similares, cualquiera que sea el tema que se aborda. Políticos en primer lugar.

En este caso, más que en el de las tres grandes noticias generales de portada (véase el gráfico A16), la

presencia de la mujer es notablemente inferior a la del hombre: 11,58% frente a 38,96%, y siempre sobre esa mantenida tendencia a la ausencia de identificación que afecta a la mitad exacta de la cobertura sobre inmigración.

Gráfico B4. PERSONAJES DE LAS NOTICIAS SOBRE INMIGRACIÓN

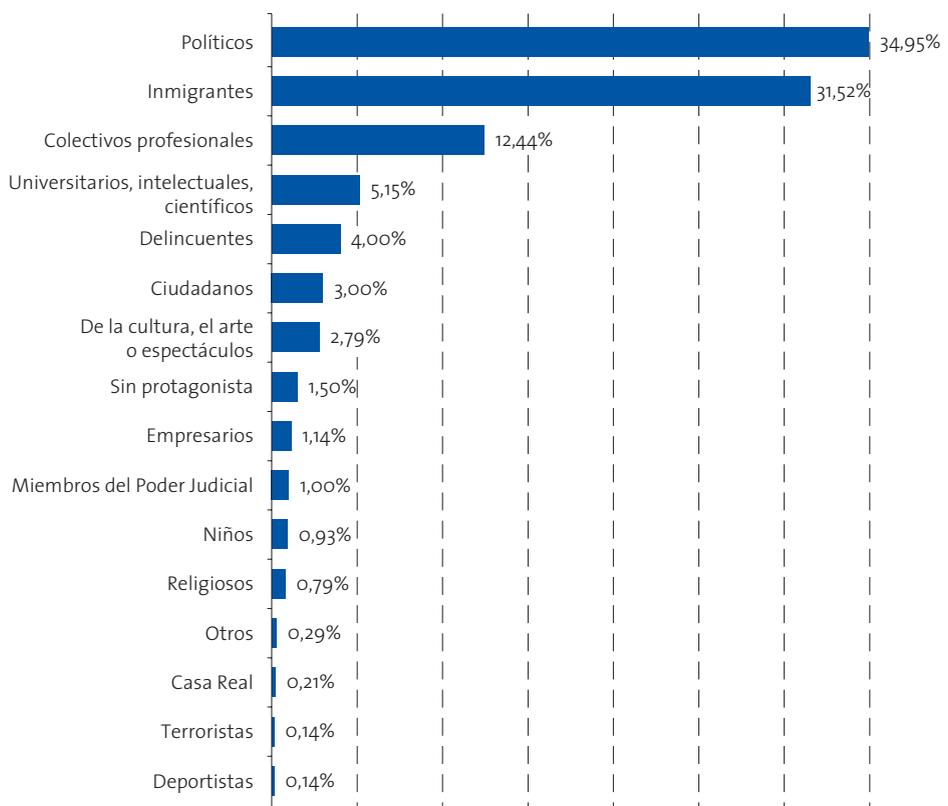
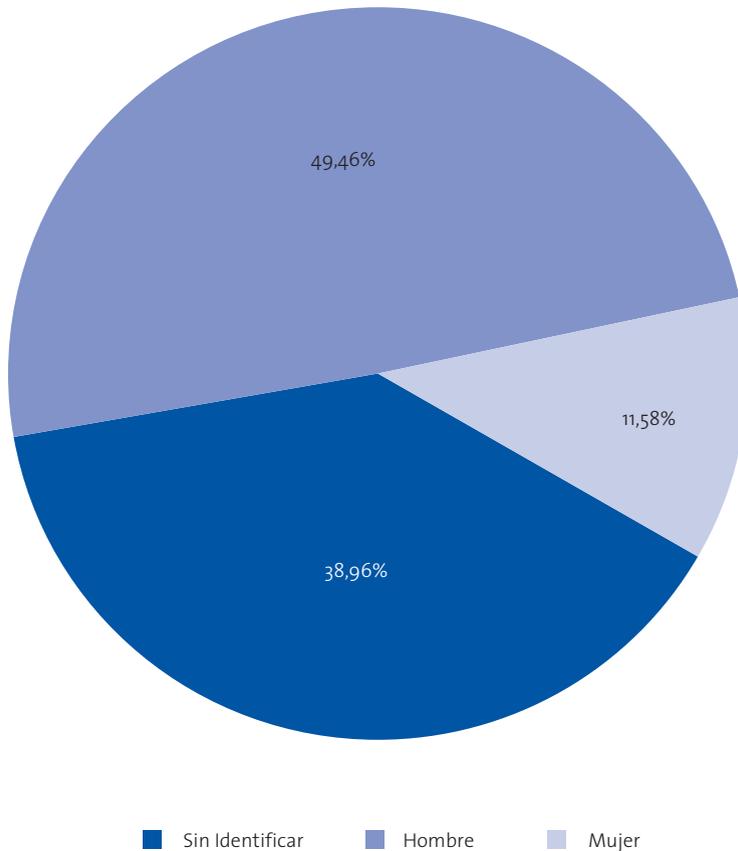


Gráfico B5. GÉNERO DE LOS PERSONAJES



Un dato muy representativo: cuando el personaje es político, en un 27,09% es hombre; frente al 6,29%, sin identificar, y un 1,67%, mujer. Ocurre justo al revés si se trata de inmigrantes. Sin identificar, un 21,62%; hombre, 8,58% y mujer, 1,43%.

Salen de vez en cuando rostros femeninos, asimilados a casos de malos tratos, víctimas de la violencia machista, casos de ablación, uso discutido del *hiyab*, casos de redes y tráfico de personas asociado a la prostitución... Un tema este último de gravedad extrema que, sin embargo, los medios sólo tocan cuando se produce una noticia de reda-

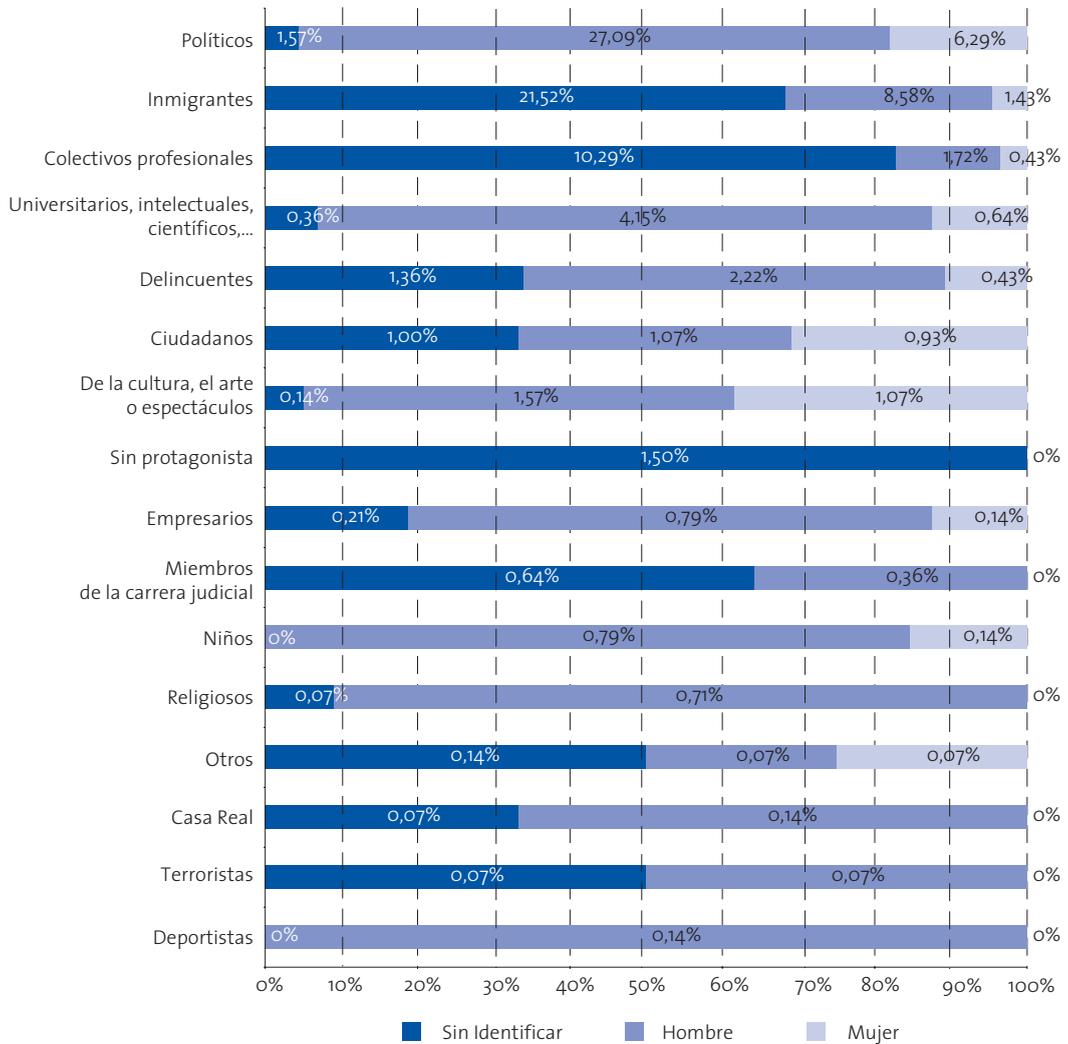
das, hallazgos policiales sobre redes, detenciones de cabecillas, mujeres finalmente liberadas de sus secuestradores, etc.

5.1. Un pozo sin fondo de problemas

Hay que convenir que, en este tema de la prostitución, el farisaísmo de la prensa (Ortega y Gasset ya le dio el nombre en su momento de «Prensa silenciaria»)¹ está en perfecta consonancia con el de buena parte de la sociedad (representada en tan-

1. Ortega y Gasset, J., «Sobre la destitución de Unamuno», O.C., 2005.

Gráfico B6. PERSONAJES Y GÉNERO DE LAS NOTICIAS



tos movimientos sociales, *lobbies*, grupos de acción y presión, partidos políticos, sindicatos, etc.), que mantiene la visión de «la profesión más vieja del mundo», en nombre de la libertad, y apoyan así, bien es cierto que sin pretenderlo, a aquellos que supuestamente persiguen: las mafias, y los capos de esas mafias, y quienes les dan aliento, los usuarios de la prostitución (perseguidos, por

cierto, en un país, ejemplo de libertad y democracia, como Suecia).

Nada de esto significa que no se encuentren en los medios ejemplos magníficos de buen y reflexivo periodismo. Quiere decir que los promedios de lo que se recibe responden a esos modelos de tibieza.

La mujer inmigrante prácticamente no existe. Y eso teniendo en cuenta que aquí sí se puede de-

cir que, a juzgar por los medios, el término mujer está asimilado al de prostitución, maltrato, o tráfico/trata de personas.

Para saber que no sólo hay problema, sino un auténtico pozo sin fondo de problemas, bastaría con hacer un somero análisis de los anuncios de prensa y observar los formularios de reclamos que se utilizan en ellos. La prueba más palpable de la gran hipocresía mediática y social. Quienes se escandalizan por el mal gusto y el premio a los bajos instintos de los llamados programas basura de TV, deberían sólo echar un vistazo a las páginas de su periódico diario. ¿Cuántos pasos habrá entre esto y la violencia de la que hablamos cuando hablamos de violencia de género?

En un informe elaborado por la Red Europea de Mujeres Periodistas —que se presentó en Madrid el 30 de mayo de 2002—, se denunciaba que, en toda Europa, las informaciones sobre prostitución y tráfico de mujeres incurrieran en los viejos estereotipos que coadyuvan a desinformar a los ciudadanos. Frente al rigor informativo, se imponen intereses económicos, morbo y sensacionalismos de venta fácil y, por supuesto, manifiestan la ignorancia del periodista ante el tema tratado. A menudo —dicen— se utiliza un lenguaje vulgar o burdo o estereotipos de la más pura estirpe machista. De ahí, que las responsables del informe reivindicquen la responsabilidad social de los medios de comunicación para que se afronte «un periodismo de servicio». Su petición al invocar al periodismo de servicio es ésta: «Que los medios impliquen a sus lectores facilitando informaciones veraces y promoviendo entre ellos iniciativas de cooperación.»

Pero lo que debería esperarse es que, aquellos que entiendan que los medios han errado, no se limiten a criticarlos: que intervengan para rectificar.

Para Ortega y Gasset, la tarea del periódico «se reduce a expresar robustamente estas afirmaciones o negaciones labradas por otros». Y a propósito de la «Prensa silenciaría», decía:

La intrincada convivencia de políticos ineptos, negociantes asoladores y Prensa silenciaría... son la enfermedad nacional. Pero vosotros, nosotros somos la causa de ella. Con todo su poder y con ser dueños del aire que respiramos, no triunfarían los enemigos de la vitalidad española sobre los gérmenes de ésta si vosotros no decidierais en su favor.

5.2. Sostén de la familia

La mitad de la población inmigrante son mujeres, tanto en España como en el resto del mundo. De hecho, se han convertido en la principal fuente de ingresos de la familia y, desde luego, del país de origen.

Por continentes, sólo en el colectivo iberoamericano, según un informe referido al 2006, del Observatorio Permanente de la Inmigración, las mujeres eran mayoría. Es el caso de Brasil (68,12%), Rusia, República Dominicana, Venezuela, Colombia, Cuba, Bolivia, Perú, Ucrania, Ecuador, Alemania y Francia. Por el contrario, sólo el 33,15% de los africanos son mujeres, y la mayoría de varones resulta muy notoria en los nacionales de Pakistán (84,87%) y Senegal (81,09%).²

De las mujeres procede el 60,3% de las remesas de divisas que salen desde España.

Por cierto, apenas se dio publicidad a este estudio, realizado por *remesas.org*, por encargo del Instituto de la Mujer.

Merece la pena leer el resumen de la página web:

Primera cuantificación por géneros de las remesas

Remesas.org ha realizado la primera cuantificación de las remesas que envían las mujeres desde España por encargo del Instituto de la Mujer. Según los resultados, las mujeres inmigrantes remitieron el 60,3% del total de fondos emitidos como remesas desde España el año 2006. En conjunto, las mujeres inmigrantes enviaron re-

2. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración. Observatorio Permanente de Inmigración.

mesas en 2006 desde España por valor de 4.180 millones de euros, mientras que los hombres remitieron 2.627 millones de euros.

El mayor volumen de envíos de las mujeres en 2006 se da a pesar de que hay menos inmigrantes femeninos entre los remitentes potenciales que masculinos en España. El resultado se explica por una combinación de la mayor propensión a remitir de las mujeres junto con una mayor frecuencia en los envíos. Por ello, hay un porcentaje mayor de las mujeres que remiten y los hacen mayor número de veces por año. No obstante, la remesa media enviada por hombres es de mayor cuantía, 348 euros mientras que la de las mujeres es trece euros menor, de 333 euros. En conjunto, el montante medio de las remesas enviadas desde España en 2006 es de 339 euros. Este informe es el primero en el mundo que cuantifica para cualquier país las remesas enviadas por mujeres.

Las conclusiones del estudio destacan el impacto de estas remesas femeninas. Quizá los 4.180 millones de euros que remitieron las mujeres inmigrantes desde España en 2006 no sean una cifra muy relevante para un país desarrollado. Pero su impacto es tremendo en las depauperadas economías a las que están destinadas. Las remesas que las mujeres inmigrantes enviaron de España al Ecuador representan el 2,13% de su PIB, las que van a Bolivia representan el 5,95%. Esto significa que las economías de destino dependen literalmente de estos flujos. En otras palabras, las mujeres emigrantes sostienen estas economías. Con todo, la principal dimensión de estas remesas no se cuenta por millones de euros, sino de personas. Gracias a ellas hay países enteros que pueden disfrutar de niveles de consumo que, de otro modo, serían imposibles. El impacto de este esfuerzo en términos de reducción de pobreza es asombroso, y sin duda supera el de cualquier otro factor que actúe en este terreno incluyendo la cooperación al desarrollo o el gasto social que puedan estar realizando alguno de los países a los que van destinados es-

tos fondos. Todo este esfuerzo y estos notables resultados eran ignorados hasta hoy.

Este reconocimiento público es también un primer paso para poder hacer conscientes a las mujeres del enorme potencial de desarrollo que encierran sus remesas. Algo en lo que quizá no hayan reparado, considerando que sus remesas están tan sólo relacionadas con la subsistencia de los receptores. Pero estos fondos tienen dimensión suficiente como para permitir abordar actividades de autoempleo o incluso pequeños negocios que permitan mejoras sustanciales de las economías a las que arriban. Algo que se podría fomentar por medio de programas específicos que pudieran activar este potencial.

Pero este estudio también pone de manifiesto aspectos de desigualdad material que afectan a las mujeres que envían remesas. En este estudio se ha comprobado cómo las mujeres están penalizadas por el mercado, pues pagan más que los hombres por realizar sus envíos. Para realizar sus envíos a Brasil en 2006 las mujeres pagaron un 0,5% más, midiendo el precio como porcentaje de la cantidad enviada. El que a las mujeres les resulte más caro proporcionalmente que a los hombres enviar fondos no obedece a una discriminación de género directamente, aunque sí de manera indirecta. Algunas empresas remesadoras tienen un sistema de tarifas que penalizan los envíos modestos y, unitariamente, las remesas enviadas por las mujeres tienen una cuantía inferior a las de los hombres. (www.remesas.org).

Por cierto, un dato del informe es éste: Madrid es la región de Europa que más remesas de dinero envía al extranjero. Y es la región más barata de Europa.

La información es mucho más rica en el original que en su reproducción mediática. Como, por otra parte, es lógico, por una simple razón, la autoría. Pero el medio que accede a estos informes podría beneficiarse de sus datos y sugerencias para abrir buenos y personalizados relatos, en los que se

pongan rostros y los contextualicen. Lo hacen, sí, pero muy esporádicamente. Lo normal es que con una simple nota informativa den cuenta de un informe exhaustivo, que aporta una infinidad de posibilidades de actuaciones periodísticas.

La mujer, en fin, sigue sin tener la categoría suficiente para ser personaje y, menos aún, fuente de la noticia. Se han dado muy escasos pasos adelante en este sentido, a pesar de la feminización de las redacciones. Hace casi 15 años, en el análisis sobre la evolución de los contenidos informativos en la prensa vasca (1974-1994),³ se observaba que el

tema relacionado con la mujer apenas alcanzaba un 0,9% del contenido de los medios. Y era una cobertura, además, de escasa profundidad, tratada superficialmente. El de la mujer, entonces, merecía tan poca atención como otros temas de interés social: la vejez, la infancia, la inmigración, la droga....

Visto hoy desde el foco de la inmigración, las cosas apenas han cambiado.

Los medios no prestan atención a la mujer. Y, desde luego, de ellos no se extrae un discurso propiciador de una opinión pública que valore su esfuerzo.

3. Diezhandino, M. P., Coca, C. *La Nueva información*, U.P.V., 1997.

6. PROTAGONISTAS PERO NO FUENTES

Hay que observar la diferencia entre personaje y fuente. Los inmigrantes, que son los personajes de las noticias, sin embargo, no son sus fuentes. Hablan siempre otros en su nombre, pero figuran sólo ellos en la historia que se relata. Ése es el problema. Y, por consiguiente, la información se plantea desde el desconocimiento, en ausencia de contacto alguno.

«Muchas veces te llaman los medios buscando el beneficio para ellos, pero no a la inversa.» «Normalmente no se cuenta la realidad y se nos consulta cuando ya se ha cometido el error», señala Alfonso Cortés, de la Asociación Solidaria para la Integración Social del Inmigrante (ASISI).

Las Asociaciones de Inmigrantes están de acuerdo en que los periodistas no suelen responder a sus llamadas para que acudan a los actos que organizan, en el intento de ser mejor conocidas por los medios, pero éstos piden siempre, con la urgencia de la inmediatez con la que trabajan, datos y referencias de casos concretos, cuando se requiere para el reportaje o información que están elaborando.

Lo dice así Saif Ben Abdenour, del Centro Cultural Islámico de Madrid:

Los medios no consultan las fuentes adecuadas en lo que se refiere a la inmigración y al Islam [...]. Criminalizan, fomentan la xenofobia, cuando repiten mentiras, cuando no acuden a las fuentes correctas, cuando buscan lo anecdótico [...]. Siempre repiten los mismos esquemas y esto calienta o prepara el clima

para una oleada de xenofobia añadiendo los ingredientes necesarios que son la ignorancia, que la tenemos; las informaciones falsas, que las tenemos; y faltaba la crisis, y ya está aquí. Porque cuando la persona no trabaja le da vueltas a la cabeza. Ya tenemos tres ingredientes, podemos encontrar sin problemas la xenofobia. [...]. Los periodistas tienen que aprender a acudir a las fuentes. Y a utilizar bien las palabras. Si se utilizan mal las palabras se puede criminalizar a todo un colectivo. (véase «Los inmigrantes analizan la inmigración y el periodismo».)

El desconocimiento fruto del alejamiento de las fuentes hace que a menudo en los medios no se detecten y, por tanto, no se aborden muchos temas de interés general. Por no hablar de otro inconveniente: en muchos casos, la información suele ofrecerse desde la valoración hecha por la voz, inapelable, de uno de tantos *expertos mediáticos* que interpretan los hechos según criterios ideológicos, sin que el periodista sea capaz de distinguir entre el buen juicio ponderado y el que es fruto del sesgo mediático-ideológico interesado. Sólo un periodista experto en el tema sabrá distinguir entre el erudito *mediático*, adaptable a lo que se espera de él, y el genuino. Pero, no parece caber una interpretación propia, libre, porque no están presentes, como indicaba Edward Said, «ninguna de las dos condiciones necesarias para conocer una cultura extraña –contacto no coercitivo

con ella a través de un intercambio real, y conciencia del propio proyecto interpretativo—, y esta ausencia fortalece el aislamiento, el provincianismo y la circularidad de la información»¹.

El desconocimiento propicia la generalización, el vacío de los matices, propios de las complejas realidades culturales, así como el fácil recurso de las versiones contrapuestas, cuando no la inclinación a favor o en contra. Se identifica, no con los hechos reales sino con posiciones ante los hechos tendentes a un maniqueísmo tan peligroso, errático y por supuesto contrario a cualquier realidad humana, siempre compleja, cambiante y plagada de matices.

Diadie Youba pone un ejemplo muy sencillo y gráfico:

En un reportaje sobre Cañada Real se decía que en una de las zonas vivían musulmanes y rumanos; en otra, musulmanes y españoles... pero en tres casos mencionaban la palabra musulmán como equivalente al origen de la población. Y eso no hace más que confundir. Si dices musulmán puedes estar refiriéndote a un español, un chino, un árabe, un saharauí... todos pueden ser musulmanes, pero no tienen nada que ver. Un ejemplo es éste: la mujer marroquí divorciada no encuentra marido en Marruecos. La mauritana, cuantos más divorcios, tiene más prestigio. Si uno es profesional —añade Diadie— ha de hacer su trabajo de forma profesional. Y no es así.

Lo reconocía (lo cual no es frecuente entre la clase periodística) Luis Resola, redactor jefe del portal latino del diario *Metro*: «La principal laguna es la falta de formación y conocimiento del tema por parte de los redactores. Casi nadie está especiali-

zado.» Y, en cambio, «es una realidad que está ahí, muy cercana». Por esta falta de especialistas, la inmigración, dice, se cubre «sobre todo como información de sucesos más que de acuerdo con el ámbito al que corresponda, sea social, deportivo o cultural. En este sentido, aquellas agencias o empresas que han optado por contratar personal latinoamericano, que conocen mucho mejor las realidades de este colectivo, están consiguiendo grandes éxitos».²

Es lo que piensan en general sobre los periódicos generalistas la mayoría de los directores de medios para inmigrantes.³ Que no están preparados para tratar adecuadamente esta nueva realidad. Que no cuentan ni con los periodistas adecuados ni con la sensibilidad suficiente. Que falta un mayor acercamiento a los propios inmigrantes, conocer mejor sus necesidades, aprender a diagnosticar sus problemas...

6.1. Las agencias en primera línea

De nuevo agencias, pero en esta ocasión en grado superlativo: 60,19%. De nuevo sin fuentes: 28,70% Y de nuevo esa sensación, como receptores, de mera tarea reproductora. El porcentaje de fuentes directas, propias, pudiera reducirse, teniendo en cuenta que a menudo se extrae de la data la agencia y tampoco se indica en el contenido cómo, dónde y cuándo se ha accedido a la fuente.

Ejemplos 4:

España, Portugal, Finlandia y Grecia autorizan a partir de hoy, dos años después de la ampliación, la libre entrada de trabajadores del Este, sin necesidad de permiso de trabajo ni restricciones de cuotas, sumándose así a Irlanda, el

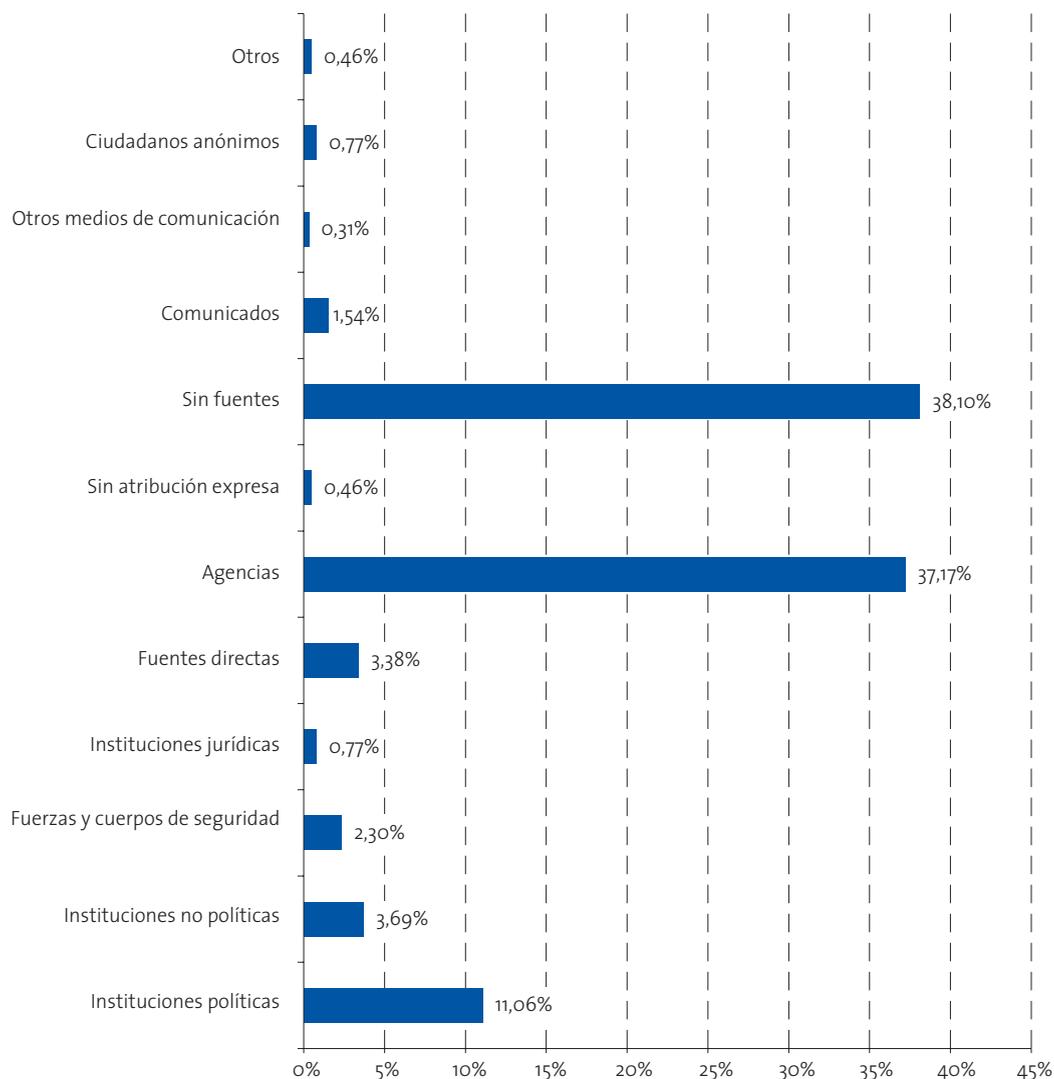
1. Op. cit. p. 248.

2. Entrevista personal.

3. Estos medios están más centrados en el periodismo de servicio. Más que en los sucesos, podríamos decir, en bruto, trabajan con noticias relacionadas con aspectos sociales, laborales, culturales y de integración.

4. Ejemplos extraídos de los textos analizados.

Gráfico B7. FUENTES DE LAS NOTICIAS



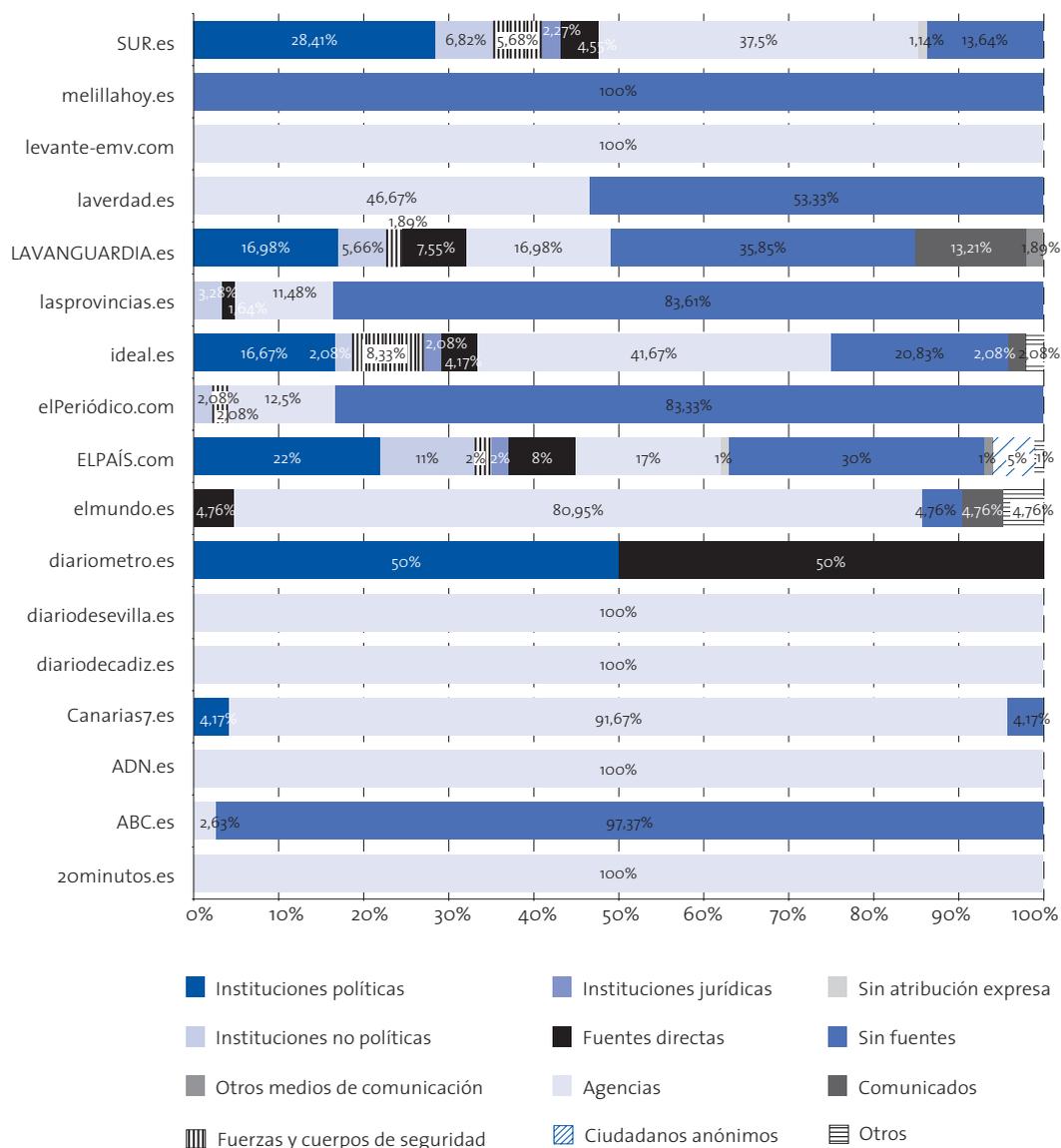
Reino Unido y Suecia, que desde el primer momento apostaron por la libre circulación de trabajadores.

En contraste, Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Países Bajos, Italia y Luxemburgo han comunicado a la Comisión Europea que mantienen las restricciones al menos

hasta 2009, aunque introducirán elementos de flexibilidad y excepciones para determinadas categorías de trabajadores con gran demanda.

El comisario de Empleo y Asuntos Sociales, Vladimir Spidla, considera «un gran paso adelante» que cuatro estados de la UE hayan elimina-

Gráfico B8. FUENTES DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN POR MEDIOS



do las restricciones y que la mayoría de países las flexibilicen. «Estoy convencido de que esta decisión será altamente beneficiosa tanto para los trabajadores europeos como para la economía», señala, a la vez que reclama a los países

que mantienen las trabas, que las vayan eliminando progresivamente antes de 2009.

Queda la duda acerca de cómo se ha accedido a la declaración del comisario Spidla.

La mayoría de las solicitudes de asilo son demandadas por subsaharianos

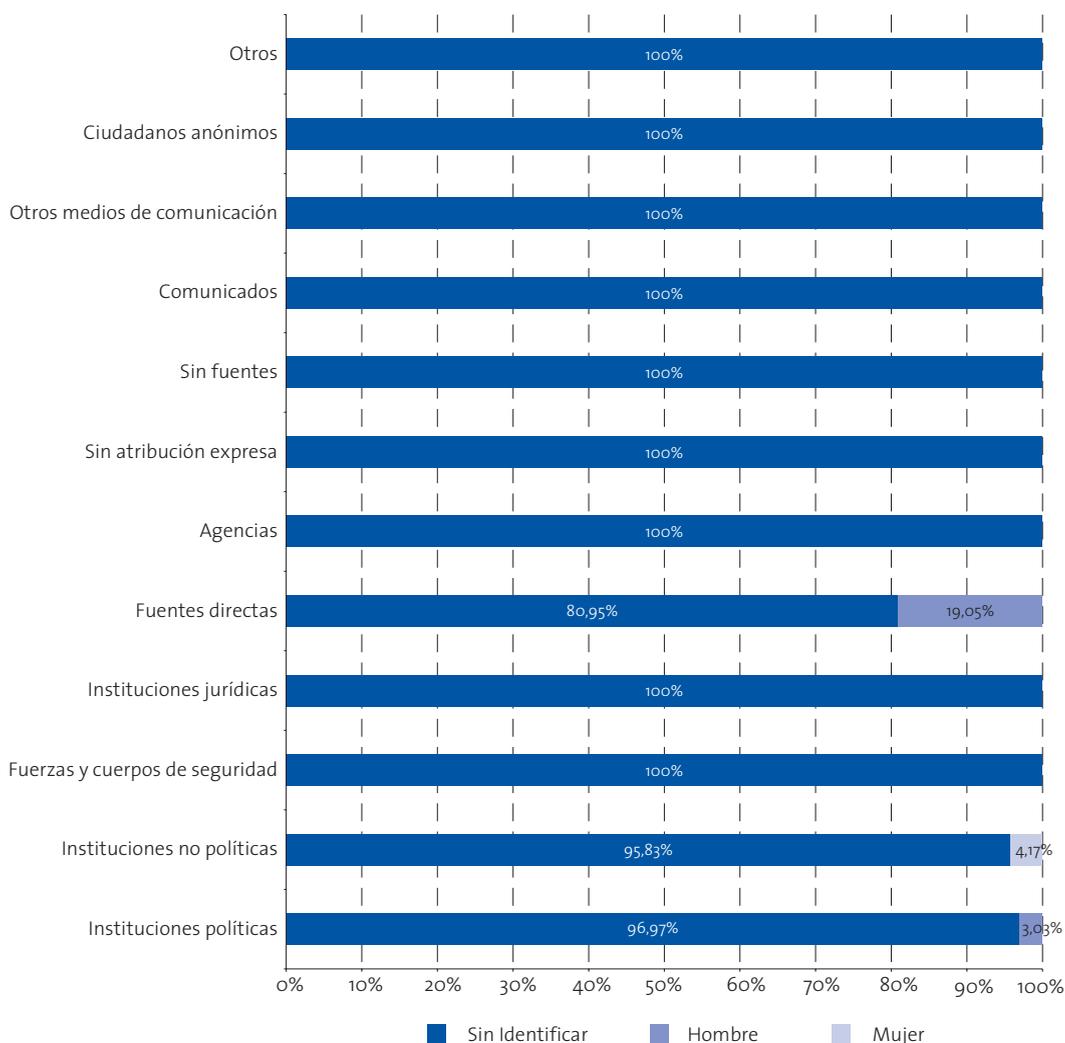
La delegación del sur de la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), que comprende Melilla, Ceuta y Andalucía, tramitó en 2005 un total de 793 expedientes de asilo, de los que resultaron beneficiadas 956 personas de diferentes nacionalidades. La responsable del servicio jurídico de CEAR Sur, Lourdes Navarro, explicó que el pa-

pel de su organización es «fundamental» desde el primer momento, ya que ellos son los encargados de prestar ayuda jurídica especializada a los solicitantes de asilo.

Música destaca que se reducen las quejas de inmigración

El Defensor del Pueblo tramitó durante el pasado año un total de 39.750 quejas, lo que su-

Gráfico B9. FUENTES DE LAS NOTICIAS SOBRE INMIGRACIÓN EN LOS MEDIOS



puso un aumento del 37,6% respecto a las 28.890 recibidas en 2004, según el informe anual que el titular de esta institución, Enrique Múgica, presentará próximamente a las Cortes Generales.

Sin embargo, Enrique Múgica señaló que han bajado las quejas relacionadas con la inmigración y destacó que el Defensor del Pueblo ha hecho en este terreno «un gran esfuerzo», haciendo un seguimiento del proceso de normalización de los inmigrantes, vigilando la difícil situación de los puestos fronterizos de Ceuta y Melilla durante el verano, e incentivando «que los centros de internamiento sean puestos al día y corregidos en sus defectos, siendo más idóneos para acoger a los inmigrantes».

En cualquier caso, el Defensor del Pueblo consideró que en el último año «las características de la inmigración en España han mejorado a pesar de todo». «Naturalmente hay un número grande de inmigrantes ilegales, pero hay en la población una especie de acercamiento y mejor aceptación del fenómeno migratorio, sobre todo de ese sector de los inmigrantes de países iberoamericanos.» Desde este punto de

vista, Múgica rechazó la idea de que España haya cometido «un proceso de excesiva aceptación de la inmigración, de demasiadas puertas abiertas».

Queda la duda de si es una información que procede de agencia, de una nota informativa, un comunicado, un remitido, una página web... y no de la búsqueda y elaboración del periodista. Resulta curioso que no se trate de evitar esa duda, y persista ese ocultamiento de la fuente, por cierto, ingenuo e ineficaz. Más aun, cuando la fuente se encuentra en la Red⁵. Y lo que es peor, aún si hubiera sido fruto del contacto directo, personal, seguiría quedando la duda por no ofrecer los datos que ofrecen credibilidad y constancia de ello. Por ejemplo, el momento y lugar del habla.

Este modelo de información, que se repite sin cesar, explica muy bien los datos de los gráficos de procedencia, fuentes, personaje, proporción en ambos de la visibilidad masculina y femenina.... En este caso, mujer y varón son tratados de la misma manera: invisibles ambos. Las fuentes, parecen haber decidido los medios, son asexuadas.

5. Véase este ejemplo, que afecta a nuestro informe anterior, con el que Mikel Madina explica de manera muy clara el problema (<http://infocom.deusto.es/blogs/kiosko/estudio-%C2%AB>):

La Fundación Telefónica acaba de presentar un estudio sobre el Periodismo en la llamada «era de Internet»; en concreto, sobre la prensa y los diarios digitales. Aún no he leído el estudio, ya que se acaba de publicar, pero me parece que relatar brevemente cómo he llegado a esta información puede abrir los ojos a más de uno sobre los pasos que ha de dar un usuario interesado en obtener cierta información. En mi caso:

He leído en *Meneame.net* una entrada titulada «El periodismo español no es fiable».

He seguido el enlace de la entrada de *Menéame* y he llegado a la noticia en el *diariodesevilla.es*. Esta noticia es la típica noticia que podemos encontrar hoy por hoy en los diarios digitales:

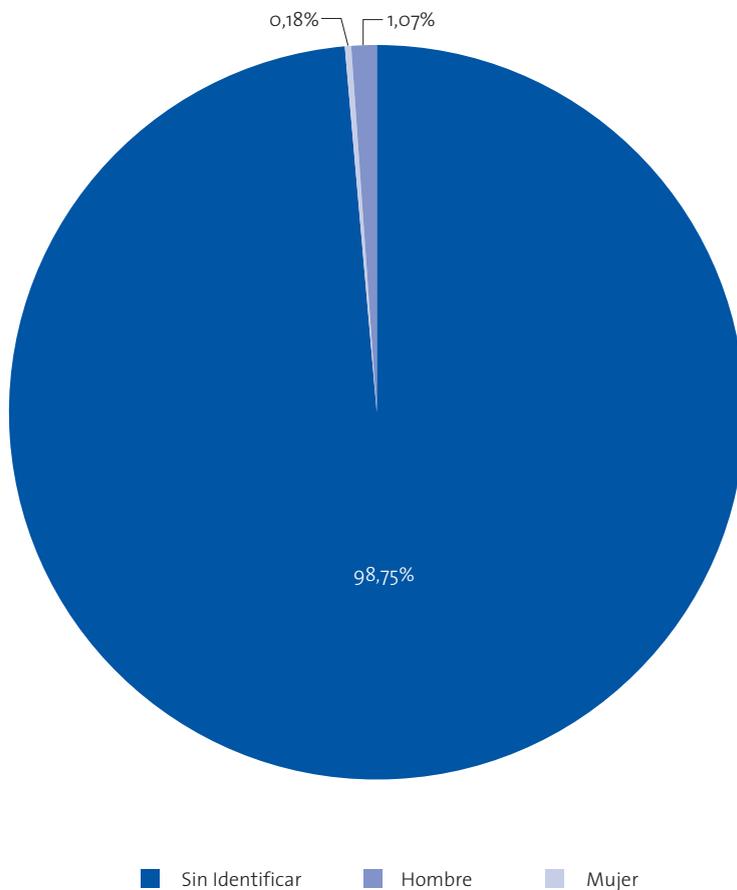
No cita a los autores del estudio.

No enlaza con la fuente original de la información.

Y todo esto, a pesar de que uno de los aspectos que más parece haber llamado la atención del redactor (vaya, no hay tal redactor; bueno, sí que lo hay, pero no sabemos nada de él porque la noticia aparece firmada por la agencia EFE) es este punto: «Así, la agenda de información está en manos de estos productores de noticias, lo que está relacionado con que cada vez se cite menos a las fuentes (esto es “moneda corriente”, dice el libro) y cada vez se trabaje menos con fuentes propias, algo que se agrava en la Red.»

Esta cuestión en particular es uno de los mayores problemas de los diarios digitales: se niegan sistemáticamente a incluir enlaces a otros sitios web en sus noticias, cuando la Red, si es Red, es porque hay enlaces. [...]

Gráfico B10. GÉNERO DE LAS FUENTES

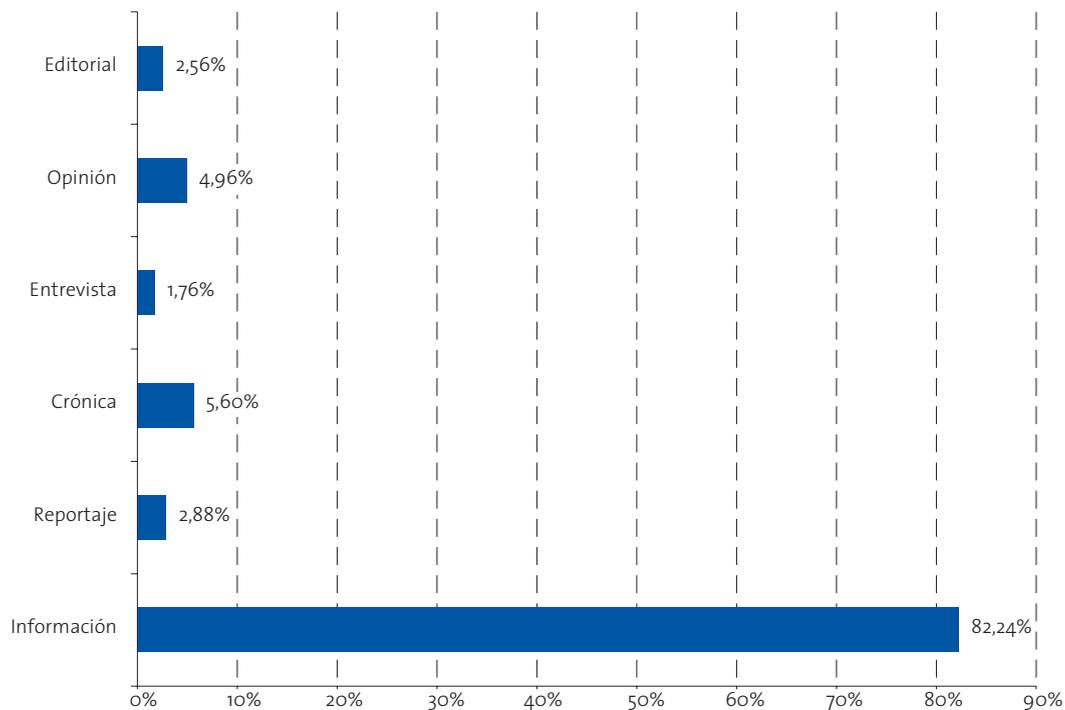


7. LA RED Y EL IMPULSO A LA NOTICIA-COMENTARIO

Estamos ante un escenario en el que impera ese nuevo género de la noticia comentada. Esa información que no atiende ya a otra regla que no sea la de la vieja estructura de la Pirámide Invertida. Por esta razón, el género más utilizado es la Información, en la modalidad de noticia comentada que la Red ha consabrado. El Reportaje es residual y no sólo en los

grandes temas de portada. Porque el Reportaje es el relato como historia de vida, para el que se requiere saber captar el fondo de verdad de la historia, contextualizarla, introducir a sus personajes, principales y secundarios, documentarse, barajar cuantas vertientes puedan considerarse de interés para el relato, y reflejar con el tono y la emoción en su punto, los

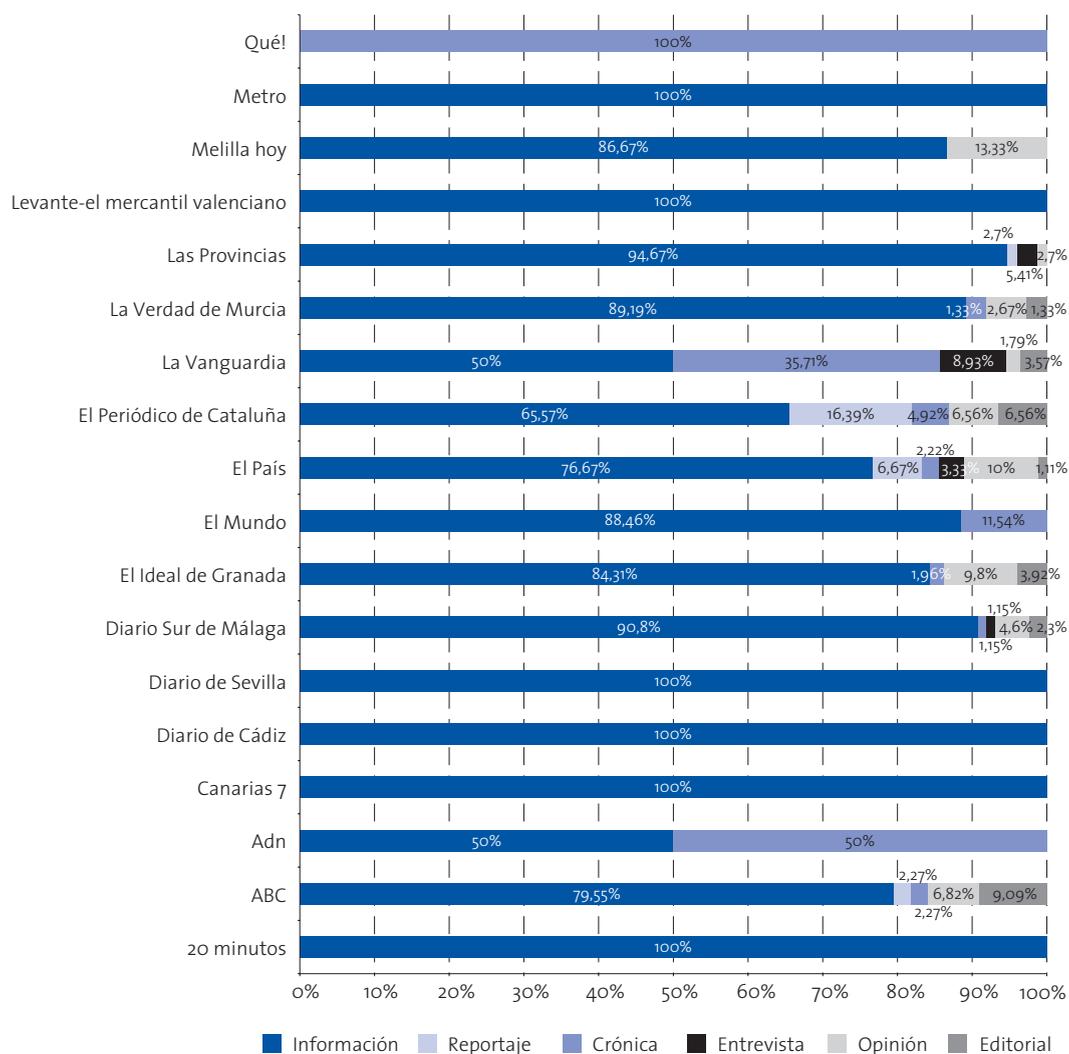
Gráfico B11. GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARA LOS TEMAS DE INMIGRACIÓN



tonos y las emociones de la vida que se relata. Y eso es difícil. Requiere trabajar con algo más que con remitidos. Requiere tiempo del periodista e inversión del editor. Y no es el caso, a juzgar por los resultados. Es más fácil cubrir una manifestación o una declaración, o reproducir un remitido. De hecho, se abordan los temas, como ya se ha indicado, cuando se proporciona a los medios un elemento noticioso: una

manifestación, una actuación policial, un informe, una estadística...Y así aparecen las redes de tráfico de mujeres, por la desarticulación de alguna de ellas, la denuncia de alguna prostituta, actuaciones de los cuerpos de seguridad del Estado, protestas vecinales, declaraciones... En definitiva, los medios funcionan a partir de noticias suministradas desde el exterior, no elaboradas a iniciativa propia y ese sistema

Gráfico B12. GÉNEROS PARA LOS TEMAS DE INMIGRACIÓN POR MEDIOS



de trabajo se resuelve con el género básico, la Información.

Como ya se ha indicado en la primera parte, se trata de una información valorativa –noticia comentada–, propia de la tendencia periodística actual, y ello justifica la posición de la crónica o información *acronicada*, que admite el estilo personalizado y valorativo. Las propias informaciones de agencia vienen ya con ese marchamo.

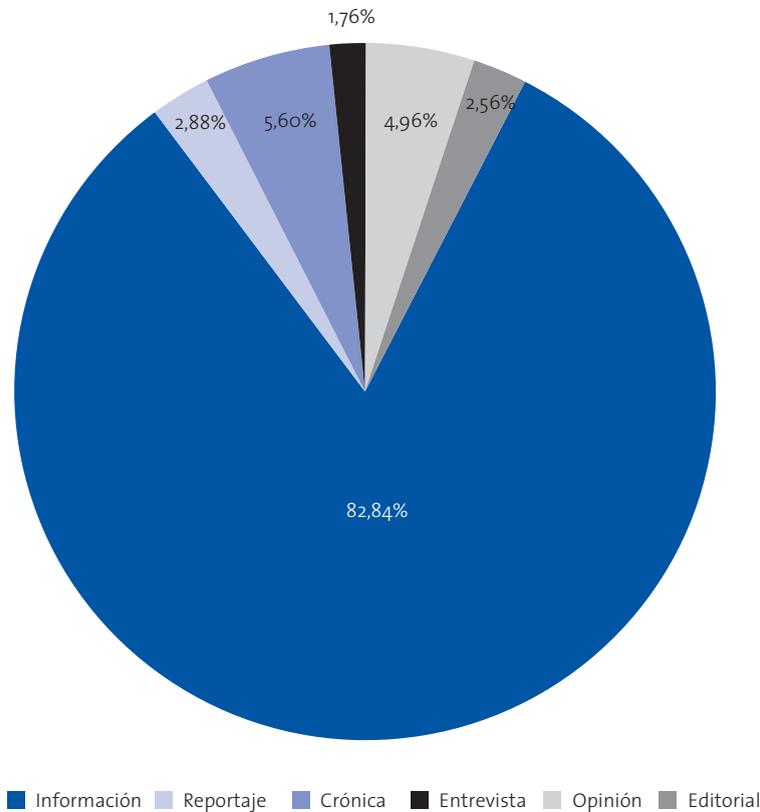
El valor del género Editorial, en este caso, hay que analizarlo teniendo en cuenta que sólo en los temas de alto y especial interés, un Editorial abre en portada. Y un tema como el de la inmigración escasamente merece ser motivo de este género.

Esta distribución desproporcionada de géneros tiene que ver con esa cultura de la atomización de

la que se ha hablado, y con el hecho de que se apunten pero no se sigan los temas, que no se busque más allá de la mera superficie. Que del mejor y más completo informe, el periodista se limite a entresacar unos datos, no a recoger ideas para abordar un buen relato.

Habrà pocas tareas que se iguallen en dificultad a la de intentar transmitir eso que llamamos conocimiento de los hechos, las situaciones, las tendencias, desde el deber de ser veraces. Porque es una tarea que depende del resultado de muchas variables, de la intervención de muchas voces, de la indagación, del conocimiento que se debe extraer de terceras personas, de versiones, testimonios. Es pura investigación, y eso requiere mucho dinero, tiempo, independencia y dedicación. Y no es el caso.

Gráfico B13. GÉNEROS. INMIGRACIÓN



SEGUNDA PARTE. RECURSOS INTERACTIVOS Y MULTIMEDIA

(I) LA INFORMACIÓN GENERAL

Teresa Sandoval y Bárbara Yuste

1. EL AUGE DE LA IMAGEN

La fotografía cobra cada vez más presencia en el soporte tecnológico por excelencia de la era digital: Internet. Y es así en todos sus géneros y formatos. La comunicación visual se ha ido perfeccionando de forma paulatina y en paralelo al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) hasta llegar al momento actual, la era visual, un entorno dominado por la imagen. En ello, han influido las mejoras técnicas en la comunicación a distancia, las herramientas informáticas cada vez más específicas y sencillas de manejar y los sistemas de comprensión de imágenes fijas y en movimiento. Esta situación tecnológica propicia que en los medios de comunicación en Internet, la fotografía y la infografía, puedan desarrollarse en mayor medida que en épocas anteriores. De hecho, la Red es el soporte idóneo donde crear nuevos formatos, especialmente los basados en la multimedialidad integrada¹. En este campo, varios profesionales del periodismo gráfico español llevan más de una década destacando internacionalmente.¹

Hoy en día, imágenes, textos y sonidos se combinan hasta llegar a componer infinidad de tipos de productos multimedia con un contenido informativo y una carga visual capaz de atraer a los usuarios

más exigentes de la Red del siglo XXI. Estos productos se incorporan en los medios digitales en galerías fotográficas de diferente tipo (del día, de la semana, de secciones) y especiales temáticos atemporales y reutilizables durante largos periodos de tiempo.

La función de la fotografía sigue siendo la misma que en la prensa. La fotografía en los medios en Internet, además de seguir informando, sigue marcando la jerarquización informativa y también crea opinión, incluso más que en los tiempos en que sólo existían los periódicos impresos. De hecho, casi la mitad de las noticias que ocupan los primeros puestos de la portada de un medio digital, van acompañadas por una fotografía (véase gráfico C1). Y en la mayoría de los casos antecede al texto ante la mirada del lector.

En cuanto a la opinión, la fotografía tiene la capacidad de suscitar el comentario de quien la contempla y, con Internet, el usuario puede interactuar con estos elementos audiovisuales, valorándolos y comentándolos. No obstante, no todos los medios se suman a esta posibilidad por los problemas jurídicos que de un mal uso se pueden derivar.

Internet también ha potenciado y proyectado las cualidades de la fotografía en cuanto a su ca-

1. La multimedialidad integrada se encuentra en los relatos informativos que utilizan distintos lenguajes (visual, auditivo, textual) para narrar una historia, formando todo ello un conjunto armonioso. No se trata por tanto de archivos independientes que se ofrecen junto a una noticia, sino de una noticia que se cuenta combinando diferentes tipos de archivos en una nueva pieza creativa. El *New York Times* ofrece interesantes muestras de este tipo en su sección multimedia.

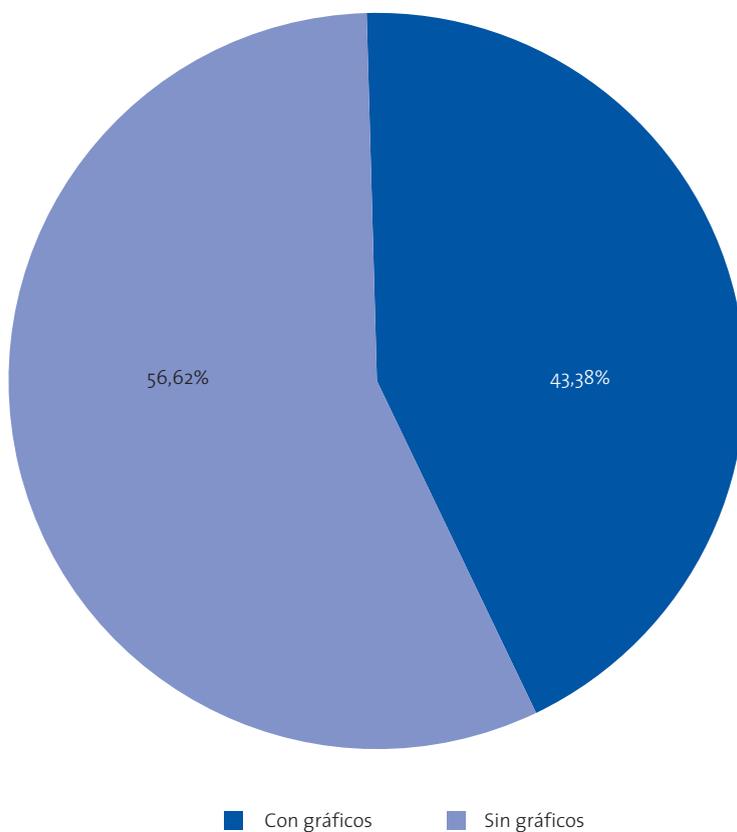
2. Entre otros, destaca el profesor Alberto Cairo, de la North Caroline University, autor de *Infografía 2.0: visualización interactiva de información en prensa*. Logintegral. 2008.

rácter testimonial, informativo y discursivo,³ características periodísticas que justifican que se haya revalorizado en los medios digitales. Cuando sólo existía la fotografía en los medios impresos, conseguía «una proyección universal y una vigencia temporal» (Pantoja, 2006: 132-133); ahora, con el auge del audiovisual en la Red, gracias el espacio ilimitado y al alcance global del soporte, la fotografía ha ganado aún más terreno. La información gráfica y audiovisual se libera de los soportes tradicionales y se expande por las webs informativas, corporativas y de ocio de Internet.

No obstante, la fotografía necesita del texto en forma oral o escrita para su completa comprensión en numerosas ocasiones, como señalaba Santos Zunzunegui en 1989 en su célebre libro *Pensar la imagen*:

Toda fotografía se debate en la tensión entre la información bruta que transmite y su carácter polisémico. De aquí que, no pocas veces, la imagen fotográfica suele aparecer acompañada de un texto escrito que establece las relaciones particulares de ella.⁴

Gráfico C1. GRÁFICOS EN PORTADA



3. Antonio Pantoja (2006:131) comenta estas cualidades para la fotografía de prensa.

4. P.43. Citado por Pantoja, 2006: 133.

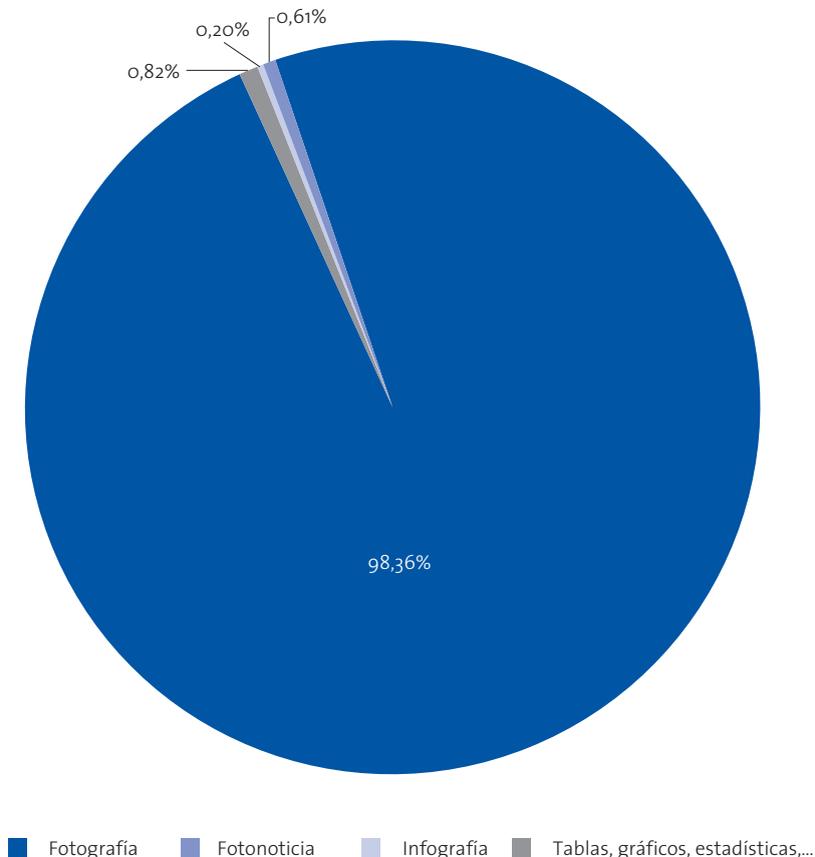
Hoy día, la fotografía periodística trata de desquitarse de ese cliché de imagen que acompaña a una información para ser valorada por sí misma. Constantemente se publican ejemplos en los que la fotografía no sólo hace de documento por el cual se constata visualmente una realidad –véase los cuerpos ahogados en la orilla de una playa que muestran la magnitud de la tragedia–, sino que trata de interpretarla y contextualizar el hecho noticioso sin apenas apoyo textual.

En los periódicos digitales podemos encontrar gráficos en la portada del medio de diferentes tamaños. Desde ellos se accede a noticias, secciones y galerías fotográficas.

En esta ocasión los gráficos hacen de *teaser* o gancho:

El término anglosajón *teaser* proviene de la publicidad y de la televisión y, llevado a los medios digitales, equivale a un «avance informativo». Con él se promociona la noticia y se pretende atrapar al lector. Por lo tanto, en la Red aparece un elemento nuevo, que es el «enganche» o *teaser*, que podrá, o no, coincidir con la entrada. En la mayoría de los casos el *teaser* está formado por texto, pero también puede estar constituido por una fotografía (Sandoval, 2003: 430).

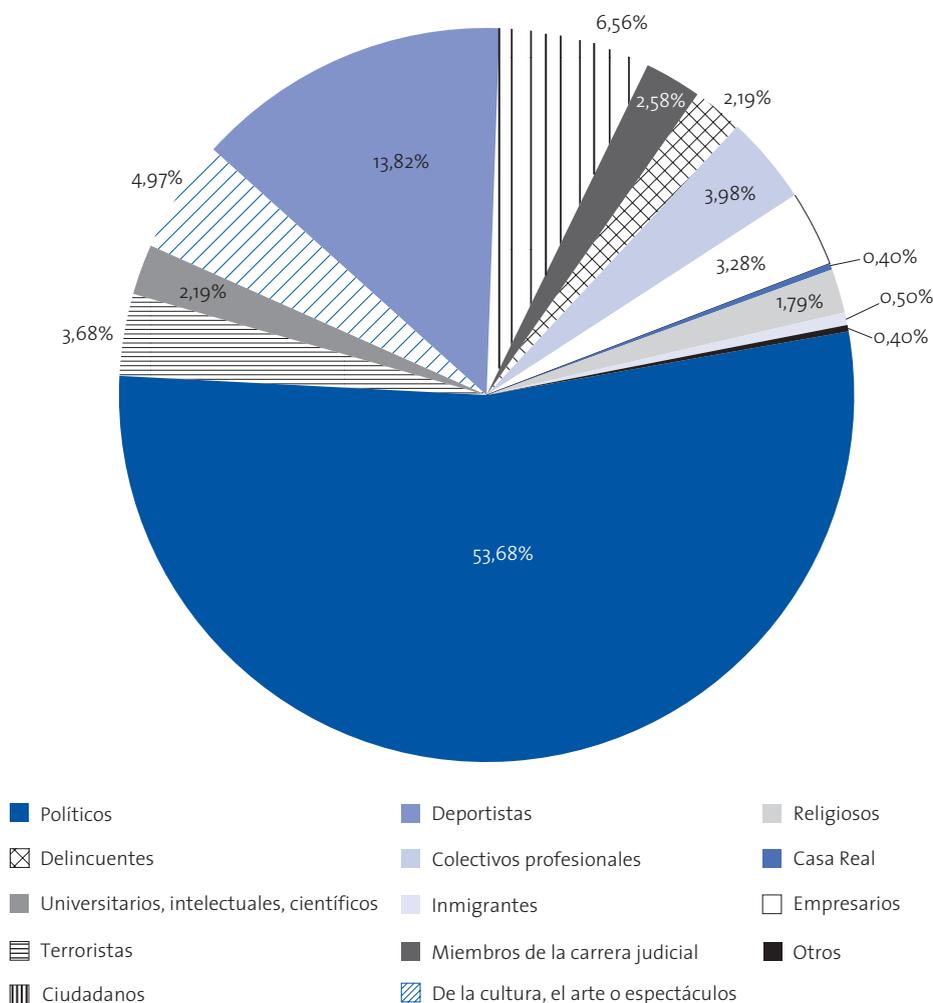
Gráfico C2. TIPOS DE GRÁFICOS



Las fotografías de portada pueden presentarse de forma independiente, solas –como las fotos retrato de personajes famosos de diferentes ámbitos– o bien acompañadas de un texto más o menos breve. En este caso, se utilizan con frecuencia fotonoticias o fotografías que acompañan a un resumen o a un listado de ítems vinculados al tema principal de la noticia actual que se presenta.

Como se ha apuntado, casi la mitad de las noticias de portada llevan a una fotografía. Concretamente, de las tres noticias que abren la portada de los periódicos digitales españoles un 56,62% están acompañadas de un gráfico y se trata de una fotografía en el 98,36% de los casos. Por tanto, cuando la imagen tiene una carga informativa destacada ésta aparece en portada y ocupa los primeros puestos; jerarquiza la información en la Red.

Gráfico C3. PERSONAJES DE LAS NOTICIAS CON FOTOGRAFÍA EN PORTADA



Este hecho, susceptible de ser apreciado por un lector habitual de los medios digitales, lo corroboran: la evidencia científica de estos datos y la comparativa con los recogidos en *Periodismo en la era de Internet* (Diezhandino, 2008). En este trabajo de investigación precedente, quedó demostrado que los medios digitales introducían más gráficos que los impresos y que lo hacían incorporando una fotografía en cuatro de cada diez noticias de portada. Aunque las muestras son diferentes –en el primero se incluyeron todas las noticias de portada y en el actual sólo las tres primeras–, es posible identificar un aumento de gráficos en las portadas y una presencia constante de éstos en las primeras noticias. Otros espacios dedicados a la información de actualidad en Internet como *Google News* o marcadores sociales como *Menéame*, presentan una menor cantidad o, incluso en algunos casos, ningún apoyo gráfico.

La presencia de otro tipo de gráficos diferentes a la fotografía es mínima, con un 0,82% de noticias que muestran tablas, estadísticas, etc., un 0,61% que son fotonoticias y un 0,20% dedicado a la infografía. En cuanto a este último género, la ausencia de infografías de las primeras noticias de portada es una constante en los medios, ya que los temas en los que se incorpora están más próximos a temáti-

cas de ciencia, sucesos –inesperados– y a otros asuntos que están lejos de la política y la economía, que son los temas que ocupan los primeros puestos en los medios. De hecho, sólo un medio ha utilizado este recurso: *Canarias7es*. La existencia de algunos gráficos con estadísticas responde a que la economía –en mayor medida– y el deporte –los fines de semana– ocupan los primeros puestos de las portadas. No obstante, sólo, el *Canarias7es* y *ELPAÍS.com*, han introducido estos gráficos en sus noticias. Por último, las fotonoticias no suelen aparecer en estos lugares relevantes del medio digital y se dejan para otras posiciones (más abajo o en una columna paralela de información ligera). Los únicos medios que han hecho uso de esta fórmula son *LAVANGUARDIA.es* y *20minutos.es*.

La mitad de las fotografías de portada que aparecen en las noticias más relevantes de los medios digitales acompañan a informaciones protagonizadas por políticos. Con una gran diferencia le siguen los deportistas (13,82%), los ciudadanos (6,56%), personajes de la cultura, el arte o el espectáculo, los colectivos profesionales y los miembros de la carrera judicial. La Casa Real y el colectivo de inmigrantes se encuentran casi al mismo nivel en cuanto a su aparición en fotografías en la prensa digital y ésta es mínima.

2. LOS ENLACES AUMENTAN SU PRESENCIA

Las entradas a la información desde las portadas de los medios digitales contienen, junto a la información resumida de lo acontecido, un valor añadido, los hipervínculos (enlaces o también llamados por su término anglosajón *links*), que conducen a elementos relacionados con el tema de actualidad del que se trate. 633 noticias de un total de 1.111 incorporan al menos un hipervínculo. Y estas noticias acumulan un total de 3.248 enlaces, lo que significa algo más de cinco enlaces por noticia. Por tanto, la relevancia informativa viene dada no sólo por la ocupación de los primeros puestos de la portada del medio, sino que, además, se añade un nuevo elemento de jerarquización, el hipervínculo, ya que las noticias más importantes suelen acaparar el mayor número de hipervínculos.

La presencia de los enlaces en las noticias de portada muestra el interés de los medios por dar respuesta a algunas de las cuestiones derivadas de la publicación constante de noticias urgentes, recién ocurridas y para las que en un primer momento resulta prácticamente imposible hacer una valoración e interpretación profunda del hecho. Esta mera presencia apunta a que el Periodismo digital ya no sólo atiende a la necesidad de actualización constante y avanza hacia un mejor tratamiento de la información en las redacciones. No obstante, en los medios regionales sigue existiendo una grave carencia del uso del hipertexto, ya que éstos no incluyen enlaces de ningún tipo como es el caso de *melillahoy.es*, o bien tienen una presencia insus-

tancial como es la exclusiva utilización del recurso «de reenvío o recomendación de una noticia» por parte de *diariodecadiz.es* y *diario-desevilla.es*.

La clasificación de enlaces del grupo de investigación PASEET (Periodismo y Análisis Social, Evolución, Efectos y Tendencias), de la Universidad Carlos III de Madrid, en la obra ya citada *El Periodismo en la era de Internet*, divide los diferentes tipos de hipervínculos posibles en la Red en tres categorías generales que engloban diferentes tipos de enlaces que presentan una característica común.

Grosso modo, los objetivos que se persiguen con estos enlaces son contextualizar con otras informaciones directamente relacionadas con el hecho noticioso, con imágenes, con documentos originales, explicaciones a través de una infografía o promover la participación del usuario.

La incorporación de estos recursos de valor añadido permiten presentarle al usuario un producto más atractivo, con diversas entradas relacionadas con un mismo asunto noticioso, que a su vez posibilitará que el usuario visite más páginas dentro del medio... Es decir, los medios tratan de esta manera de mantener el tráfico de usuarios dentro de su página web.

- Primera categoría: enlaces documentales.

La primera gran categoría de enlaces es aquella que integra a los enlaces que permiten la contextualización documental (mayormente en forma-

to textual) de la información mediante noticias relacionadas con la principal, proceden del archivo o hemeroteca del medio o bien de otros sitios web (enlaces externos, fuera de la página del medio). Estas noticias relacionadas pueden ser más o menos actuales –ocurridas en la última semana– o de más de una semana de antigüedad, en este caso se llaman de archivo. También puede tratarse de documentos de textos (pdf, word); de especiales temáticos, y de editoriales.

- Segunda categoría: enlaces multimedia. La segunda categoría corresponde a los contenidos que permiten una contextualización multi-

media: archivos de sonido (audio), imágenes fijas (fotografía) y en movimiento (vídeo y gráficos interactivos), gráficos o infografías, dibujos, tablas, etc. y que, por tanto, ilustran, explican y ofrecen nuevos matices a la información. Se suelen emplear con profusión en el caso de las noticias de llegada de inmigrantes a las costas españolas.

- Tercera categoría: enlaces interactivos. Finalmente, los recursos interactivos en las informaciones de portada conforman la tercera categoría de enlaces. Se trata de aquellos elementos que permiten la interacción en diferen-

Gráfico C4. INFORMACIONES DE PORTADA CON O SIN ENLACE

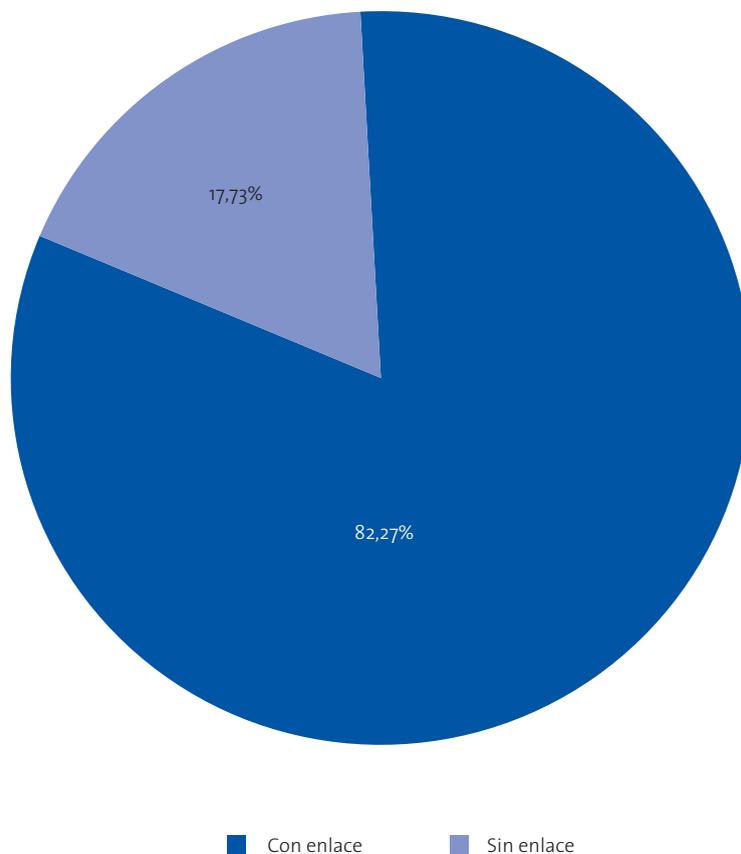
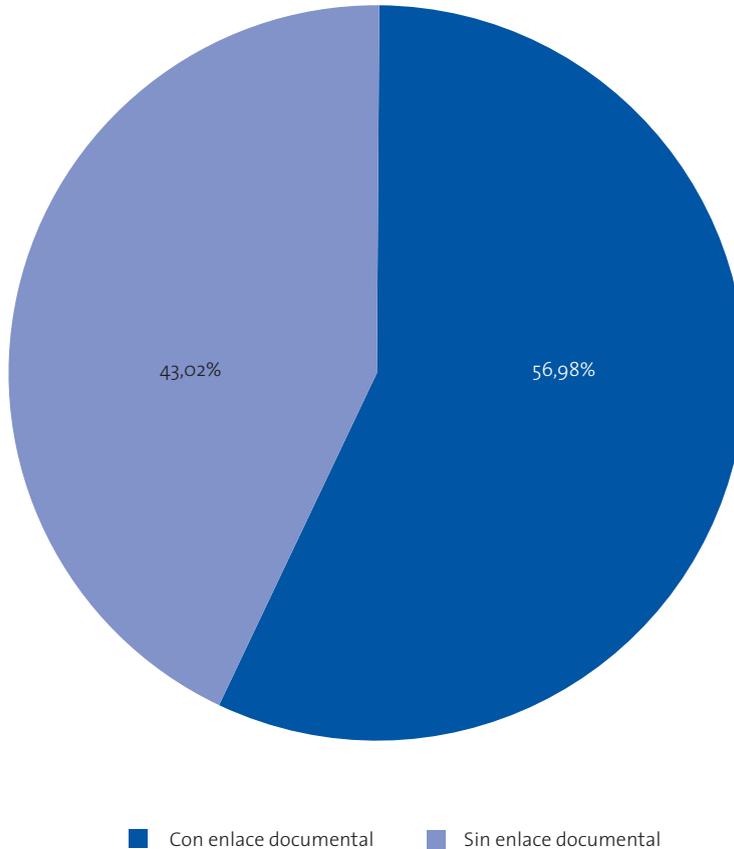


Gráfico C5. INFORMACIONES Y ENLACES DOCUMENTALES



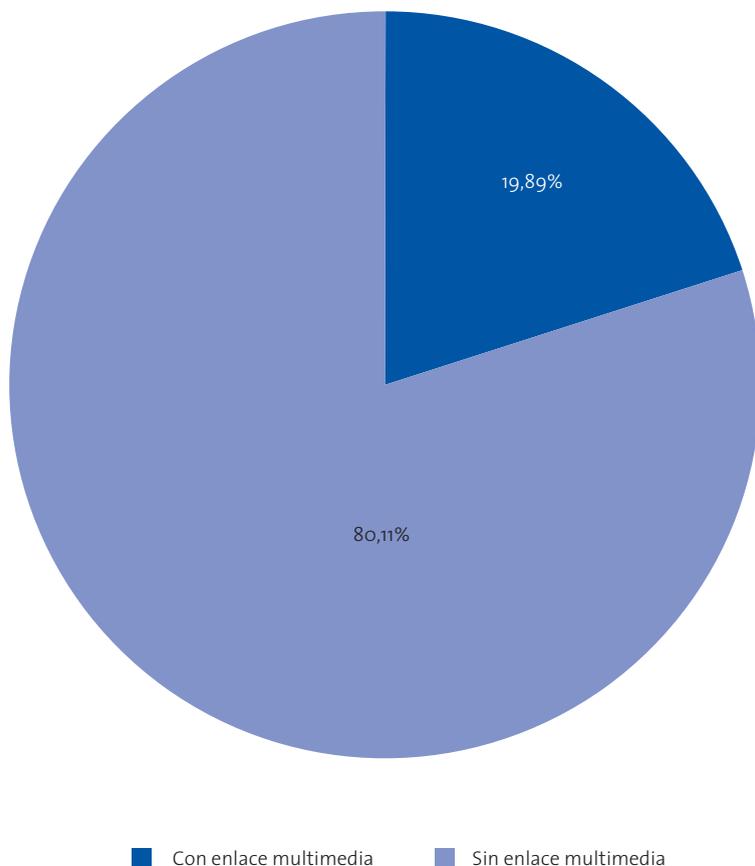
tes niveles: entrevista virtual con personaje relevante; *chat* sincrónico; foro; *blog*; encuesta; votar la noticia; reenviar la noticia o recomendarla; servicios útiles (meteorología, cálculos de operaciones...); otros.

- El uso que se hace de los enlaces documentales es del 56,98%. Es decir, el 56,98% de las noticias tiene al menos un enlace documental.
- El empleo de los enlaces multimedia se limita al 19,89% de los casos. Esto significa que el 19,89% de las noticias tiene al menos un enlace multimedia.
- La utilización de los enlaces interactivos es del 53,92%. Por tanto, el 53,92% de las noticias tiene al menos un enlace interactivo.

La diferencia es mínima entre los enlaces documentales (56,98%) y los interactivos (53,92%). Esto demuestra que la participación empieza a cobrar cierta atención en los medios en Internet y que cada vez son más las noticias que llevan un enlace que invita a los usuarios a intervenir en el proceso de la comunicación.

Por tanto, se le da tanta importancia al enlace que aporta información contextual (mayorment-

Gráfico C6. INFORMACIONES Y ENLACES MULTIMEDIA



te textual), como al que favorece la interactividad o incluso una posible interpretación a través de los *blogs* y de las entrevistas virtuales que se promueven en este tipo de enlaces.

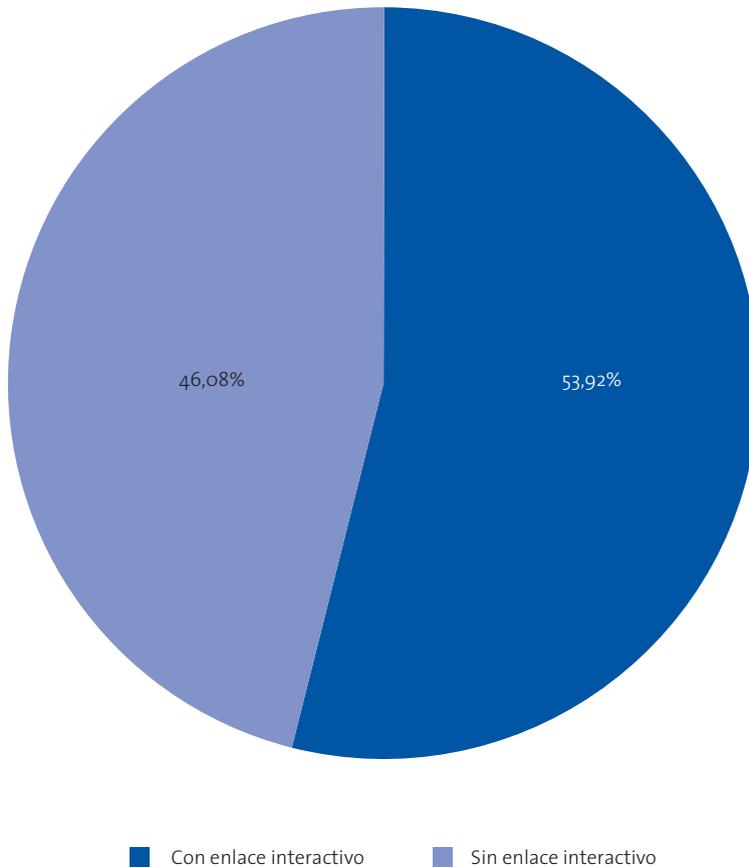
Lo que menos predomina es el enlace de tipo multimedia. Sólo dos de cada diez noticias presentan un enlace de este tipo, concretamente el 19,89%. Una fotografía, un vídeo, un gráfico o una infografía requieren de personal cualificado que lo realice y de tiempo, factores ambos de los que carecen la mayoría de las redacciones digitales.

2.1. La primacía del *link* documental

Si en lugar de atender al volumen de noticias que llevan al menos un enlace o *link* documental, multimedia e interactivo se observa cuántos enlaces documentales, multimedia e interactivos aparecen en la portada de los medios, los resultados no cambian demasiado:

El 49,37% de los enlaces es de tipo documental, el 29,94% interactivo y el 20,70% multimedia. Por tanto, las diferencias siguen siendo notables al predominar exponencialmente el enlace do-

Gráfico C7. INFORMACIONES Y ENLACES INTERACTIVOS



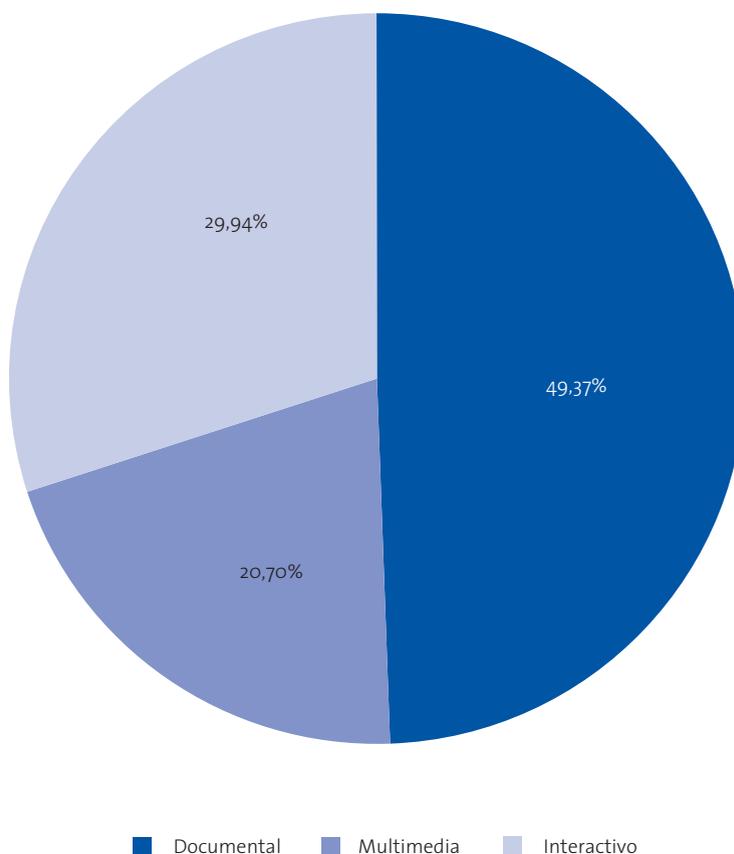
cumental; casi la mitad de los enlaces son de este tipo. Le sigue el uso de enlaces de tipo interactivo y, finalmente, el multimedia. Un mayor equilibrio entre los tres grandes tipos de recursos permitiría alcanzar la excelencia en el Periodismo en la Red.

A pesar del uso cada vez mayor de enlaces en las noticias de portada, y que pueda ser valorado como un hecho positivo, si se tiene en cuenta que este medio está en su segunda década de existencia, los recursos de valor añadido se utilizan en menor medida de lo esperado. Un exceso de

preocupación por la actualización constante podría ser la causa de esta falta de atención a unos recursos de contextualización que son propios de la información en la Red. Aunque éste no es el único factor a tener en cuenta: la ausencia de personal y de profesionales cualificados son determinantes.

Aún se está lejos de un Periodismo digital de calidad que sepa aprovechar todas las posibilidades comunicativas que ofrece la Red: documentación y espacio ilimitados, capacidad de mostrar fotografías, audios y vídeos al mismo tiempo, diá-

Gráfico C8. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS DE ENLACES EN INFORMACIONES DE PORTADA



logo constante con el lector y los usuarios entre ellos formando comunidades alrededor de temáticas noticiosas en foros, etc.

Las noticias que sí llevan enlaces incluyen un número muy elevado de hipervínculos, existiendo,

por tanto, una desproporción entre las informaciones que son consideradas merecedoras de contextualización y las que no lo son.

3. ENLACES PREDOMINANTES Y AUSENTES

En cada una de las categorías predomina un tipo de enlace, lo que obliga a investigar los posibles motivos que llevan a los medios digitales y a sus profesionales a utilizar unos más que otros.

3.1. Noticias recurrentes frente a webs externas

En la primera gran categoría, la que integra a los hipervínculos que permiten la contextualización documental (mayormente en formato textual) de la información del día mediante noticias, documentos, editoriales y especiales relacionados con aquélla, destaca por encima del resto el enlace a noticias relacionadas y próximas en el tiempo, de no más de una semana de antigüedad, como las más utilizadas (75,39%). En éstas no se produce una ampliación con interpretaciones y análisis de fondo del hecho noticioso, sino una mera continuidad temporal del desarrollo de la noticia. Los enlaces a noticias con más antigüedad apenas se utilizan, sólo un 2,20%. Esto demuestra que uno de los servicios de pago por excelencia en los periódicos digitales, como es la hemeroteca, condiciona la vinculación de una noticia con otras del archivo histórico. Sin embargo, las noticias más recientes al no ser de pago abundan como referencia informativa.

Los enlaces a especiales temáticos aparecen en menos ocasiones de las que cabría esperar, dado que permiten ahondar en temas de gran alcance aunque lo hacen al menos en un 14%.

En cuanto a la opinión del medio reflejada en los editoriales, que en muchos casos contribuye a entender los hechos y a establecer relaciones entre acontecimientos, tiene una presencia insignificante, como así lo demuestra el dato de que sólo un 0,37% de los enlaces lleva al editorial del periódico.

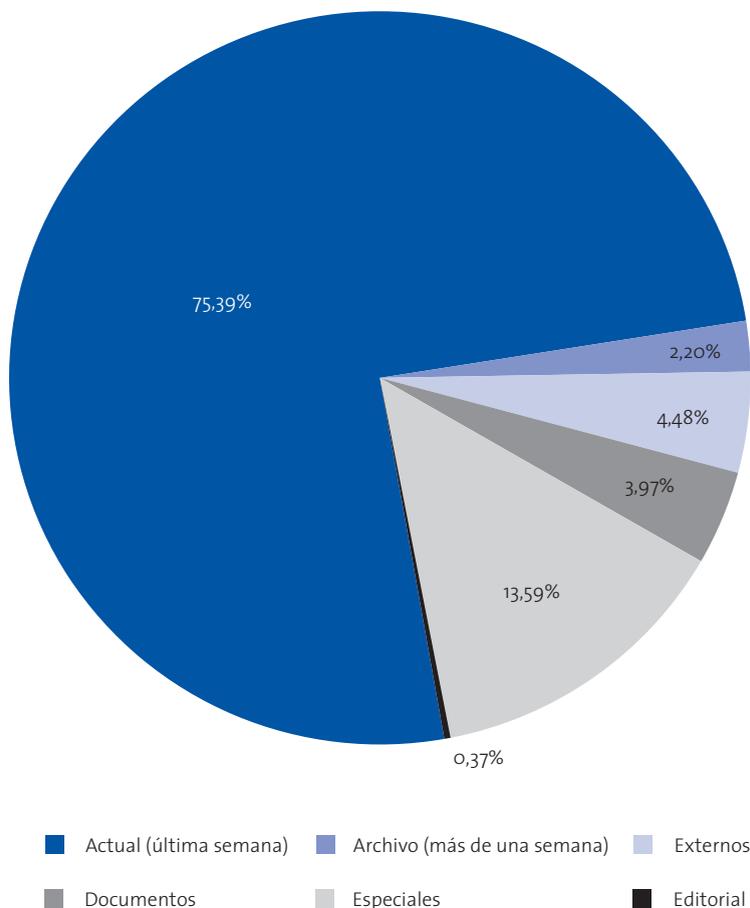
Entre las tendencias que pueden considerarse como aspectos positivos relativos en la utilización de enlaces por los medios digitales destaca lo siguiente:

En los últimos años han aumentado los enlaces externos (por ejemplo, del insignificante 1,37% de 2005 se pasa a 4,48% en 2006), los enlaces a webs externas a las del medio, siguiendo una tendencia hacia un Periodismo en la Red que abandone los miedos ante la competencia de otros *sites*. Por tanto, los medios empiezan a perderle el temor a referenciar a la competencia, ganando en calidad y honestidad periodística.

Otro dato que demuestra un mayor interés en aportar información específica, especializada y de servicios de diversos temas, es el aumento de enlaces (un 3,97%) que llevan a documentos originales u oficiales como son proyectos de ley, leyes, formularios, etc. (pdf y otros materiales). No obstante, aunque han aumentado, están lejos de formar parte de los recursos informativos habituales que los periodistas ofrecen al lector, aun cuando no implican coste alguno para el medio, ni un gran esfuerzo para el profesional de la información.

En cuanto a la ratio de enlaces documentales en las noticias, se constata que cuando se recurre a

Gráfico Cg. TIPOS DE ENLACES DOCUMENTALES



contextualizar una información de forma textual no se utiliza un único *link* de esta categoría, sino varios.

3.1.1. Medios que no siguen a la media

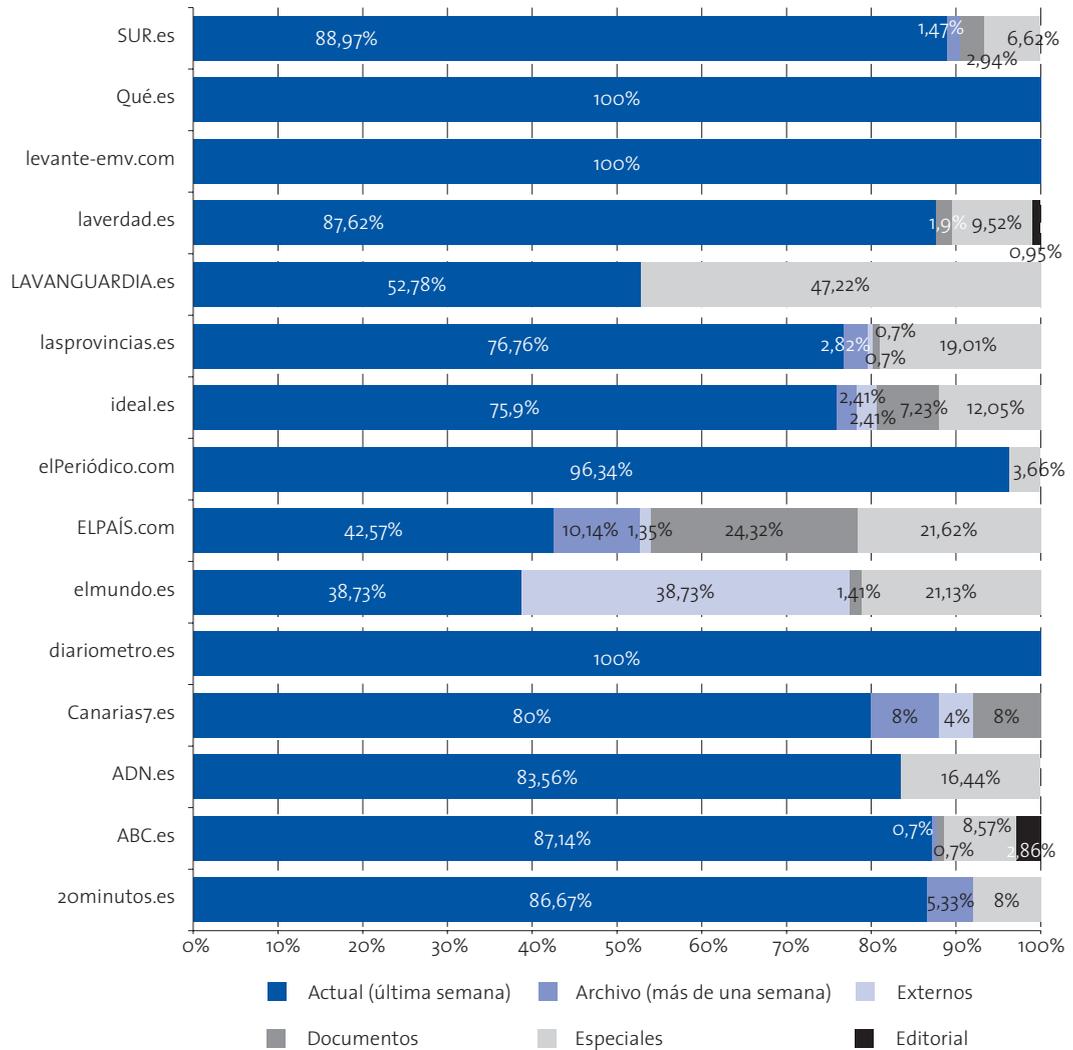
Más de diez años después de que surgieran los primeros periódicos en Internet existen¹ medios como *melillahoy.es*, *diariodecadiz.es* y *diariodesevilla.es*, que ni siquiera recurren al enlace que permite una rápida contextualización añadida de la in-

formación sin apenas esfuerzo para el periodista y, además, que supone un bajo coste para el medio, como son los archivos de tipo documental.

El enlace actual es el único recurso que emplean la mayoría de los medios y, en algunos casos, es exclusivo como en el diario regional *levante-emv.com* y en los gratuitos *diariometro.es* (aún existente en 2006) y *Qué.es*, lo que demuestra una pobreza de iniciativa por parte de los propios profesionales o una carencia de recursos e iniciativa empresarial. Sin embargo, en el caso de los grandes diarios na-

1. Téngase en cuenta que la muestra fue recogida en 2006.

Gráfico C10. TIPOS DE ENLACES DOCUMENTALES POR MEDIOS



cionales, referentes del periodismo digital fuera y dentro de España, como es el caso de *elmundo.es*, *ELPAÍS.com* y *LAVANGUARDIA.es*, ésta no es la única modalidad de recurso documental que se utiliza, y además, su uso se reduce a un porcentaje que oscila entre un 30% y un 40%.

El segundo recurso con un uso más extendido es el especial temático. Un recurso heredero del

gran reportaje del periódico papel y que ha ido ganando aceptación con el paso del tiempo. Llama la atención el caso de *LAVANGUARDIA.es*, en el que sólo se usan los dos tipos de enlaces mencionados, el actual y el especial temático. Otros medios que también lo utilizan con diferencia sobre otros son *elmundo.es*, *ELPAÍS.com*, *lasprovincias.es* y *ADN.es*.

Las noticias de más antigüedad aparecen enlazadas desde la portada de *ELPAÍS.com* y *Canaria7.es* y en menor medida en *20minutos.es*, *lasprovincias.es*, *ideal.es*, *SUR.es* y *ABC.es*. En el resto de medios, este enlace no existe.

Por lo que se refiere al editorial, únicamente, dos medios, *ABC.es* y *laverdad.es*, recurren a él.

En cuanto a los enlaces externos, *elmundo.es* sobresale con diferencia por encima del resto al emplearlos en un 38,73%. El siguiente medio es el *Canarias7.es*, seguido de *ideal.es*, *ELPAÍS.com* y *lasprovincias.es*. Cabe resaltar que en la versión digital de *elmundo.es* se utilizan por igual los enlaces a noticias recientes publicadas en la propia web que a enlaces externos, es decir, de otros sitios web.

La posibilidad de leer documentos originales es fomentada principalmente por el periódico de *ELPAÍS.com*, seguido con diferencia por *Canarias7.es* e *ideal.es*. Un uso mucho menor hacen *SUR.es*, *laverdad.es*, *elmundo.es*, *ABC.es* y *lasprovincias.es*.

En conclusión, no hay ningún medio que haga uso de las cinco subcategorías del denominado en este estudio como enlace «documental». Puede apuntarse que cada medio tiene su modelo, que demuestra un desarrollo mayor o menor del medio. Entre los que más diversifican el tipo de vínculos –utilizan cinco de las seis subcategorías–, figuran *ELPAÍS.com*, *ideal.es*, *ABC.es* y *lasprovincias.es*.

3.2. El vídeo comienza a estar

Los periódicos digitales utilizaron en menor medida los enlaces multimedia frente a los categorizados como documentales e interactivos. Aún así, una práctica que parece consolidarse es el asociar un multimedia a una noticia de portada y en ese caso suele haber varios archivos de este tipo, como por ejemplo una galería de imágenes o un vídeo.

Aunque la mayor parte de los enlaces multimedia remiten a una foto fija o galería fotográfi-

ca (el 29,95%), los archivos de vídeo han ido incrementando su presencia paulatinamente en los medios digitales desde 2006. No obstante, en aquel entonces seguía siendo limitada, entre otras razones, porque en ese momento aún no se habían extendido las conexiones de banda ancha en España. El mayor impulso de éstas tuvo lugar durante el año 2007, si bien su consolidación llegó un año después. Aun así, el vídeo es el segundo recurso multimedia más utilizado (18,56%) por los medios digitales, seguido por el audio, con un 15,06%. Finalmente, el gráfico, con o sin movimiento, es decir, infografías, cuadros, tablas... tiene escasa presencia entre las noticias más relevantes de los medios (con un 11,03% y un 7,36%, respectivamente).

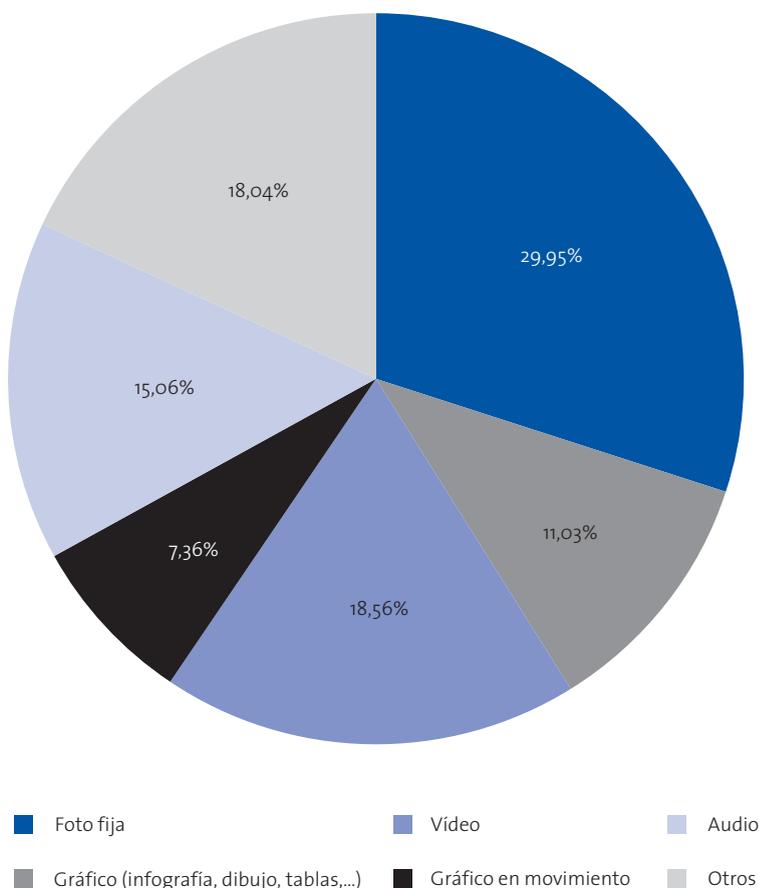
Cuando una noticia es relevante se obtienen más recursos porque existe más información, que luego se plasma en mayor número de *links* de tipo textual y multimedia.

La redacción dispone de más contenido, que se traduce no sólo en más noticias de las agencias, sino en más documentación del propio archivo del periódico que, además, trata de complementar con recursos no sólo textuales, sino también audiovisuales. De hecho, las agencias de televisión también aportan más material audiovisual debido a la importancia de la noticia.

3.2.1. Ausencias en los medios

En primer lugar, hay que resaltar que en el año 2006 había numerosos periódicos digitales que todavía no contaban con espacios dedicados a archivos multimedia como es el caso de *levante-emv.com*, *melillahoy.es*, *ADN.es*, *diariometro.es*, *diariodecadiz.es* y *diariodesevilla.es*. Además, otros medios como *elPeriódico.com* y el *Qué.es* reducen el abanico de posibilidades a una sola categoría de enlace multimedia. Algunos medios digitales destacados, como *ABC.es*, *Canarias7.es* y *20minutos.es*, sólo utilizan dos tipos de hipervínculos. Por el contrario, los medios que utilizan una mayor variedad de tipos de enlaces multimedia son *ELPAÍS.com*, *laver-*

Gráfico C11. TIPOS DE ENLACES MULTIMEDIA



dad.es e *ideal.es*. Y ejemplos de periódicos digitales que hacen un uso moderado de estas categorías se encuentran en *elmundo.es*, *LAVANGUARDIA.es* y el *SUR.es*.

3.3. La participación, en ciernes

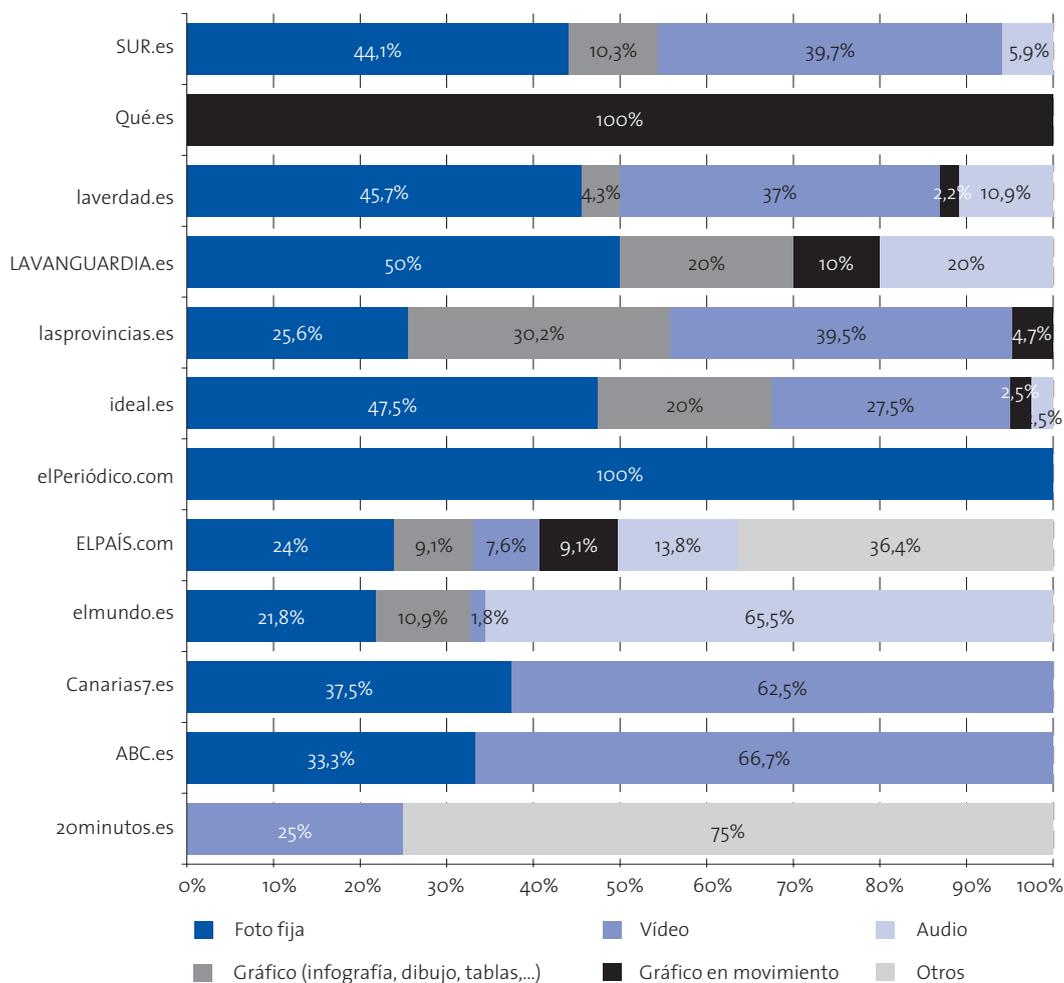
Los enlaces interactivos, junto a los documentales son los más utilizados por los periódicos digitales.

Sin embargo, las informaciones que van acompañadas de elementos interactivos lo hacen con un solo enlace de esta modalidad. Esta tendencia

es la opuesta a la comentada sobre los enlaces documentales y multimedia, ya que tiene relación con las ventajas y desventajas de utilización de cada categoría de hipervínculos.

En el año 2006 todavía no se potenciaba apenas la denominada participación del usuario y se optaba por recursos más básicos de interacción, que además aparecían en el interior de la noticia y no en la portada, como «Reenviar o recomendar una noticia» (49,52%) y «votar la noticia» (16,10%), posibilidades que están más cerca de la reactividad que de la interactividad. Con la reactividad se busca sólo la reacción del lector, su mero impulso

Gráfico C12. TIPOS DE ENLACES MULTIMEDIA POR MEDIOS



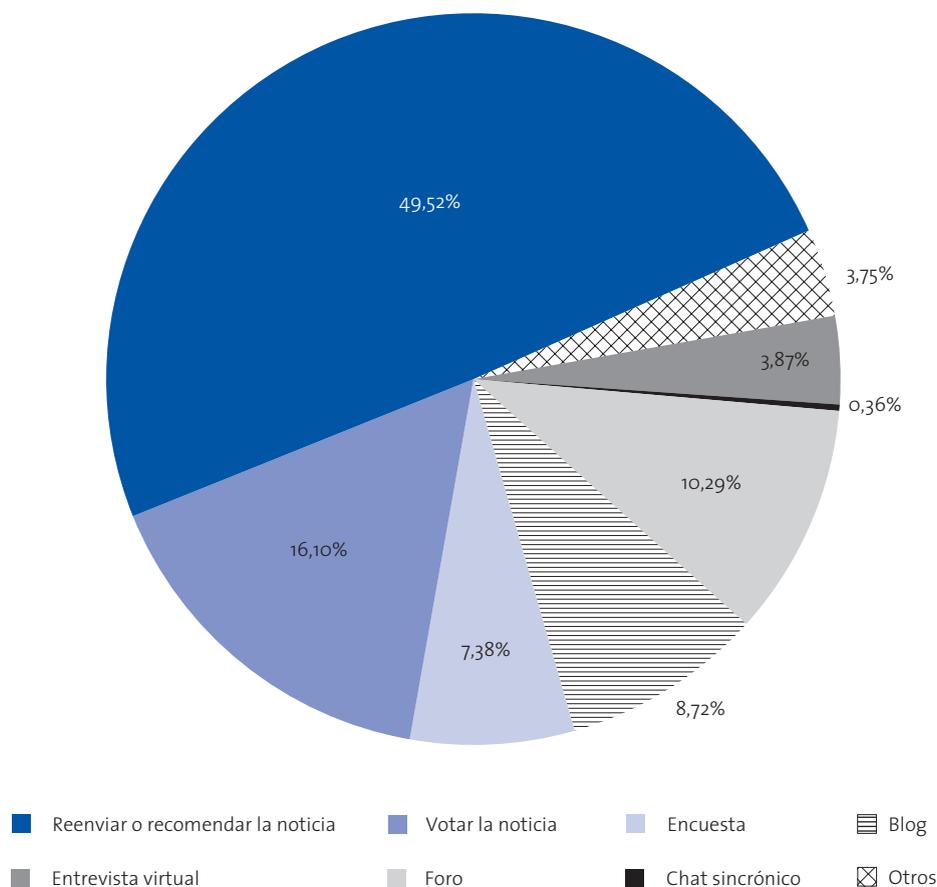
ante un mensaje (votar, reenviar...), mientras que la interactividad persigue la intervención en el propio proceso comunicativo/informativo del medio.²

El potenciar la reactividad en lugar de la interactividad es una estrategia que no ha cambiado, porque es una promoción sin costes para el medio. El periódico, en su propósito de fidelizar a los

2. Según Lamarca, en un grado mínimo, la retroalimentación consiste en una cadena reactiva, pero esto no supone un nivel totalmente interactivo. Cuando se logra la interactividad auténtica los papeles del emisor-receptor en la comunicación son totalmente permutables. Se puede decir, por tanto, que la reactividad es un grado de la interactividad. Véase al respecto las explicaciones sobre interactividad de María Jesús Lamarca. *Hipertexto. El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid. <http://www.hipertexto.info/documentos/interactiv.htm>

Fecha de Actualización: 04-04-2009 (Consultada el 5 de mayo de 2009).

Gráfico C13. TIPOS DE ENLACES INTERACTIVOS



usuarios, recurre a estas herramientas. En el caso de «reenviar o recomendar una noticia», el periódico logra distribuir su producto a futuros usuarios potenciales, captados a través de sus lectores habituales. Y, en el caso de «votar la noticia», no sólo le está dando al usuario el poder de valorar el trabajo del periodista, sino que con ello aporta una información muy valiosa al medio sobre sus intereses informativos. No obstante, hay que tener en cuenta que esta opción no es utilizada por todos los periódicos digitales, pero cuando se emplea aparece en todas las noticias, como en el caso de *zominutos.es*, en el que el

91,93% de sus enlaces interactivos remiten a «votar la noticia».

Esta práctica ha derivado en los últimos tiempos en un exceso de atención a las preferencias de los lectores, llegando incluso el periodista a escribir sólo lo que sabe que va a generar muchos «clicks» (accesos). Lo que podría llegar a convertirse –si no lo es ya– en una esclavitud para el profesional. El peligro que encierra esta dependencia de la audiencia se traduce en una merma de la calidad y una reducción de la agenda temática de los medios, centrados únicamente en lo que interesa a los usuarios y no en lo que se considera más rele-

vante. Se trata del conocido poder de las audiencias, que se ha trasladado de la televisión a Internet.

Por el contrario, aquellos recursos que sí favorecen la participación del usuario, como son el foro o el *blog*, tienen una menor presencia con el 10,29% y el 8,72%, respectivamente. La comunicación que se produce en ambos formatos es diferente: en los foros se establece un diálogo asincrónico entre los usuarios del medio en torno a una temática, mientras que en los *blogs* los lectores intervienen con sus comentarios en el mensaje escrito por el autor del artículo (*blog*).

3.4. Redacciones digitales sin moderadores

Los recursos interactivos han aumentado en los últimos tiempos de forma llamativa. Por ejemplo, han pasado de un 0,56% en el estudio de 2005 a un 7,38% en 2006. Esto puede deberse a esa tendencia creciente a conocer el estado de opinión de la audiencia.

Sin embargo, mientras el foro tenía una destacada presencia en 2005 (33,89%), en 2006 se redujo a un 10,29%. Esto está relacionado con la ausencia de moderadores en las redacciones y los problemas jurídicos derivados de los comentarios realizados por los usuarios de estos foros. Aun así, la mitad de los periódicos utilizan el foro (*ideal.es*, *SUR.es*, *elmundo.es*, *ELPAÍS.com*, *elPeriodico.com*, *LAVANGUARDIA.es*, *laverdad.es* y *lasprovincias.es*).

Por lo que se refiere a las entrevistas virtuales, sólo tres medios recurren a vincularlas a las noticias. Las carencias de personal y tiempo en las redacciones puede ser el motivo que explique el limitado uso de este recurso interactivo en 2006. En la actualidad, sin embargo, es una de las herramientas más empleadas debido al interés de los medios por acercar los personajes de la actualidad a sus audiencias.

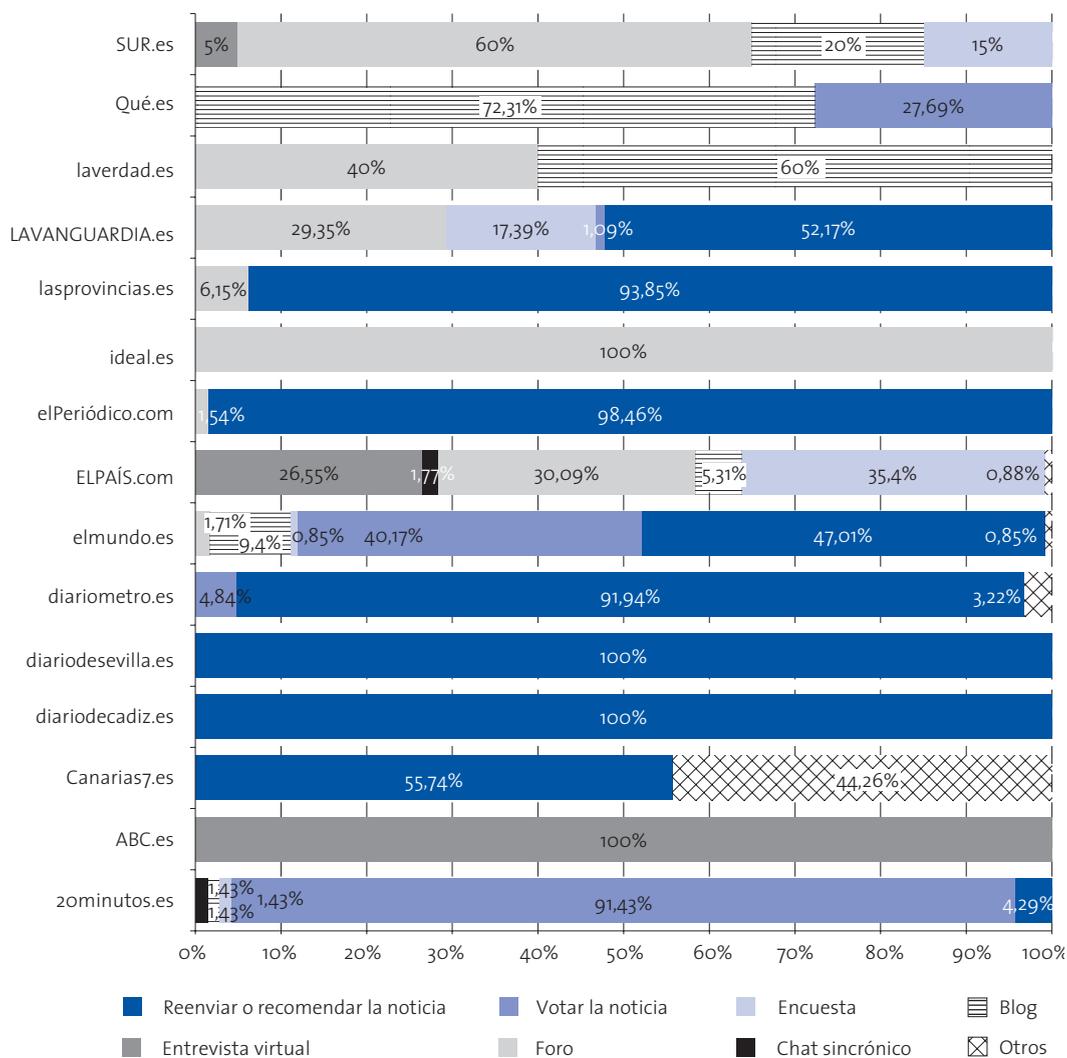
Como ocurría en las anteriores categorías de enlaces, existía en 2006 un desfase en la utilización

de recursos interactivos entre los periódicos españoles presentes en Internet. Así, un tercio de los medios analizados o no emplean ningún recurso interactivo (*melillahoy.es* y *Canarias7.es*) o se limitan a una única subcategoría. Cuando el medio se decanta por un único recurso emplea la entrevista virtual (*ABC.es*), el foro (*ideal.es*) o reenviar o recomendar la noticia (*diariodecadiz.es* y *diariodesevilla.es*).

Los grandes periódicos nacionales (*elmundo.es*, *ELPAÍS.com* y *LAVANGUARDIA.es*) destacan por un mayor aprovechamiento de todas las herramientas que promueven la interactividad y participación, lo que indica que se encuentran en una fase de desarrollo superior a los periódicos regionales y locales. *ELPAÍS.com*, concretamente, es el que ha destacado en las tres categorías de enlaces por hacer un mayor aprovechamiento de la variedad de formas posibles de contextualización (textual y audiovisual) y de proponer la participación de los usuarios.

Actualmente, son muchos los medios que en el interior de sus informaciones recogen no sólo las opciones de recomendar y enviar el texto, sino que incorporan una serie de herramientas para compartir la información con otros usuarios de la Red en espacios como *Menéame*, *Del.icious*, *MSN Reporter*, *Twitter*, *Facebook*, y otros sitios que posibilitan el intercambio, la recomendación y la valoración de noticias. Con ello, los medios digitales pretenden tener presencia activa en las redes sociales y lograr que sus contenidos formen parte de la agenda de debate en estos foros (véase, por ejemplo, la inclusión de *Facebook* por *elmundo.es* en la noche de las elecciones vascas y gallegas de marzo de 2009). Otros objetivos son atraer al público más joven que es el que mayormente utiliza estas plataformas, en línea con la tendencia de los usuarios a intervenir en los flujos de información, no sólo valorándolas y colocándolas en los primeros puestos de importancia, sino también elaborando ellos mismos la información en los espacios de participación creados *ad hoc* por los medios. De esta forma éstos se van convirtiendo cada

Gráfico C14. TIPOS DE ENLACES INTERACTIVOS POR MEDIOS



vez más, por la proximidad al usuario, en medios sociales.

3.5. La Política, la mejor cuidada

El mayor número de enlaces de las primeras noticias de las portadas de los medios se asocian con

gran diferencia sobre otras temáticas a la Política. En segundo lugar, le sigue Sociedad y Terrorismo. Ello es debido a que en el año 2006 cuando se recogió la muestra de este estudio los temas de Terrorismo ocupaban las portadas de todos los medios. En primer lugar, la declaración de ETA el 23 de marzo del primer alto el fuego permanente, después de tres años sin atentados mortales y, en se-

gundo, la apertura por parte del Gobierno de un proceso de negociación para alcanzar el fin de la violencia. En el estudio del 2005 el lugar del Terrorismo lo ocupó Sucesos. Y Sociedad era, de estas tres temáticas, la que menos enlaces presentó. Paradójicamente, probablemente sea ésta la temática de la que la Red disponga de más webs que ofrecen un servicio al ciudadano.

Los temas no condicionan actualmente el tipo de enlace a utilizar, ya que hay uniformidad. Para todas las temáticas se eligen preferentemente y con diferencia el enlace documental sobre los otros tipos.

El uso de enlaces documentales en noticias de temática política se ha incrementado ligeramente (38,07%), mientras que en el caso de los enlaces

Gráfico C15. INFORMACIONES POR TEMAS Y ENLACES POR TIPOS

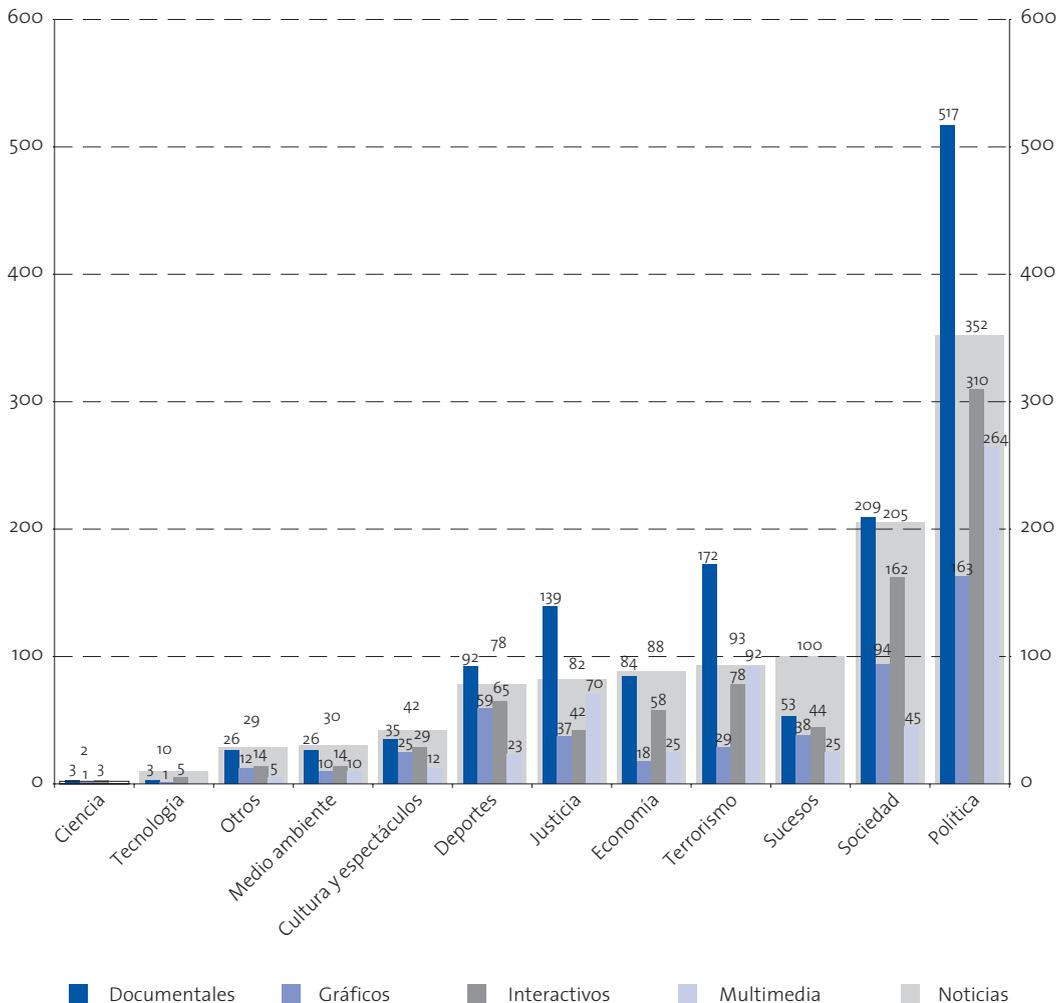


Tabla C1. NÚMERO DE NOTICIAS Y DE ENLACES SEGÚN TIPO EN LOS TEMAS

TEMA	DOCUMENTALES	GRÁFICOS	INTERACTIVOS	MULTIMEDIA	NOTICIAS
Ciencia	3	1	3		2
Tecnología	3	1	5		10
Otros	26	12	14	5	29
Medio ambiente	26	10	14	10	30
Cultura y espectáculos	35	25	29	12	42
Deportes	92	59	65	23	78
Justicia	139	37	42	70	82
Economía	84	18	58	25	88
Terrorismo	172	29	78	92	93
Sucesos	53	38	44	25	100
Sociedad	209	94	162	45	205
Política	517	163	310	264	352

multimedia e interactivos ese aumento ha sido mucho más significativo.³

En todas las noticias, independientemente de su temática predominan los enlaces denominados «actuales» (con una semana de antigüedad). No todos los temas utilizan todas las subcategorías documentales contempladas en el estudio; sólo las noticias que abordan asuntos de terrorismo. Hay cuatro temáticas, Sociedad, Justicia, Economía y Política, que utilizan cinco de las seis subcategorías de enlaces, y tres de ellas prescinden del mismo tipo que es el editorial.

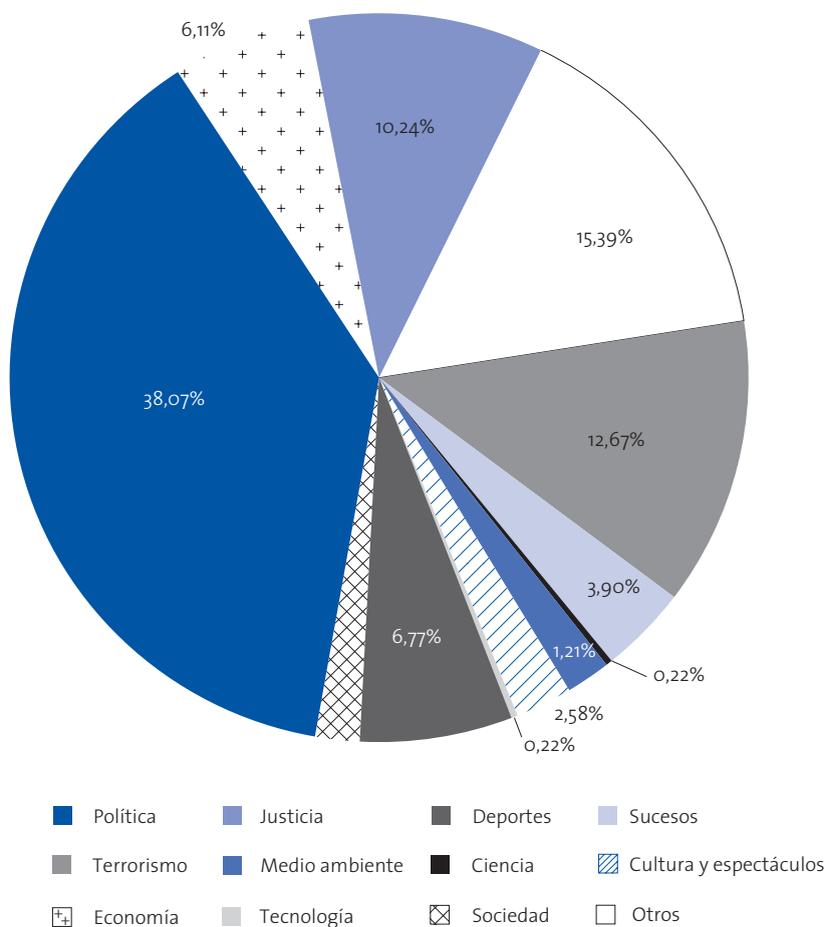
Como ya se ha avanzado en este capítulo, los medios no incorporan apenas los editoriales (o, 37%). Las únicas temáticas con editoriales asociadas son Terrorismo y Economía. Cabe recordar, que los únicos medios que introducen el editorial son *ABC.es* y *laverdad.es*, un medio nacional y uno regional.

Sólo una temática, la Ciencia, presenta únicamente dos subcategorías y resulta llamativo que sólo remite a *links* actuales y externos. Los externos se muestran con un porcentaje superior y significativo frente a los actuales, lo que es un indicio del reconocimiento de los periodistas científicos al valor añadido que proporciona la remisión a las fuentes originales. No obstante, la reducción a dos tipos de enlaces demuestra cierta carencia de aprovechamiento de las posibilidades ilimitadas de la Red, ya que no se realizan especiales temáticos de Ciencia, algo que sí ocurre en las noticias de medio ambiente.

Tecnología, por el contrario, que podría ser la temática más avanzada en la redacción de noticias adaptadas al soporte de Internet, apenas aprovecha todas las potencialidades de la Red sólo usa enlaces actuales, y además, es la única que incorpora un único tipo de enlace documental, no em-

3. El multimedia ha pasado del 24,80% en 2005 a un 46,23% en 2006 en política. Por tanto, casi el doble. En los interactivos: de un 29,39% a un 37,62%.

Gráfico C16. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES DOCUMENTALES POR TEMAS



plea enlaces multimedia y utiliza mínimamente los interactivos (0,61%).

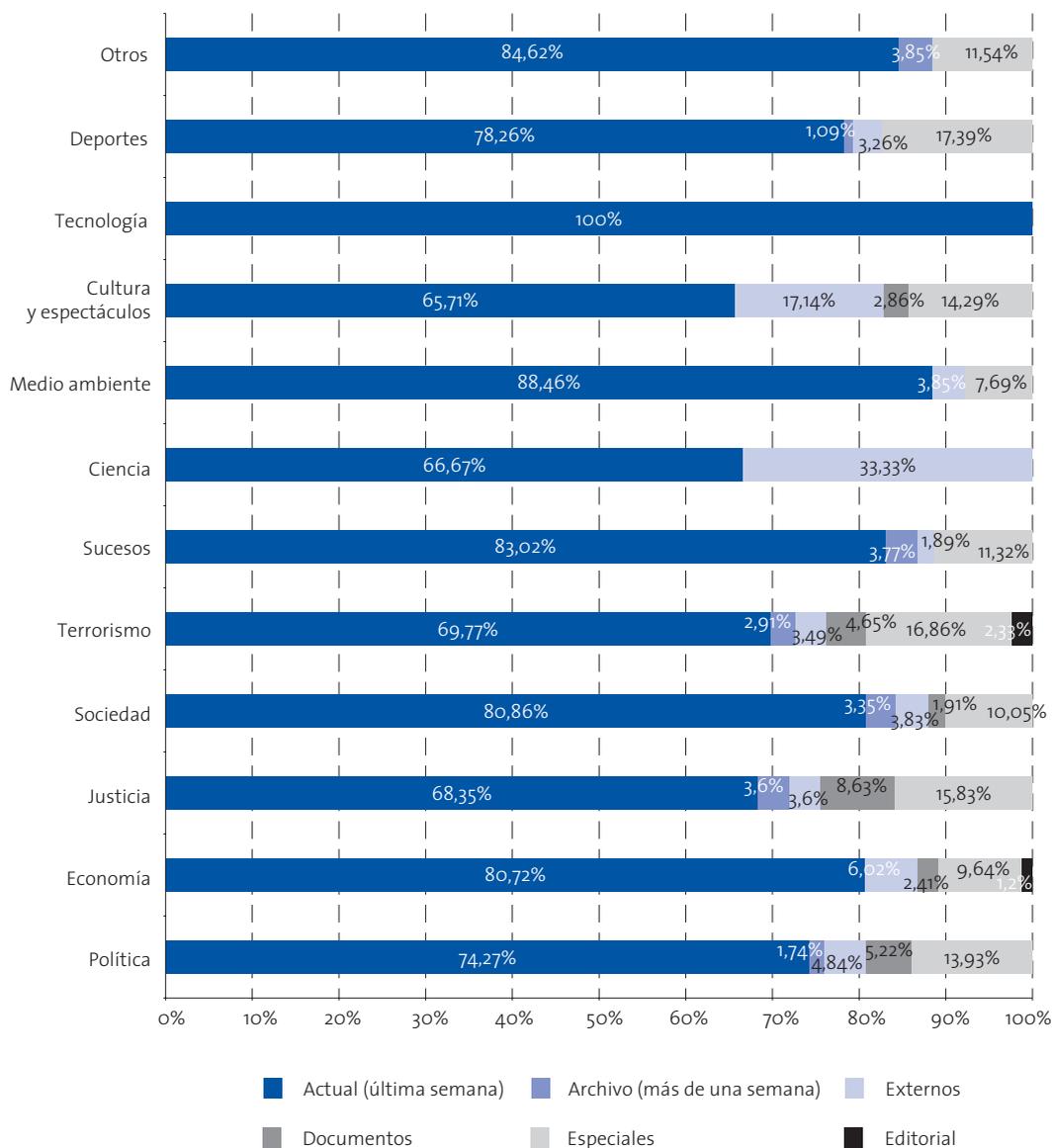
Aunque las noticias de Economía, por las características de la temática, podrían enlazar con frecuencia dentro del propio texto a datos anteriores, llama la atención que no se relacione con noticias de archivo (de más de una semana).⁴ En Cultura y Espectáculos tampoco se trabaja con esta subcategoría, con lo que se pierde la

posibilidad de contextualizar con la obra anterior de un artista, con las influencias de otros autores, etc.

En cuanto a los enlaces multimedia, hay cuatro temáticas –Política, Justicia, Sociedad y Terrorismo– que utilizan todas las subcategorías posibles, y otras tres incorporan a sus noticias la mayoría de estos hipervínculos –Deportes, Medio ambiente y Economía–. La temática de sucesos

4. Como se apuntaba en apartados anteriores, la carencia de estos hipervínculos puede deberse al pago por contenidos de las noticias de la hemeroteca.

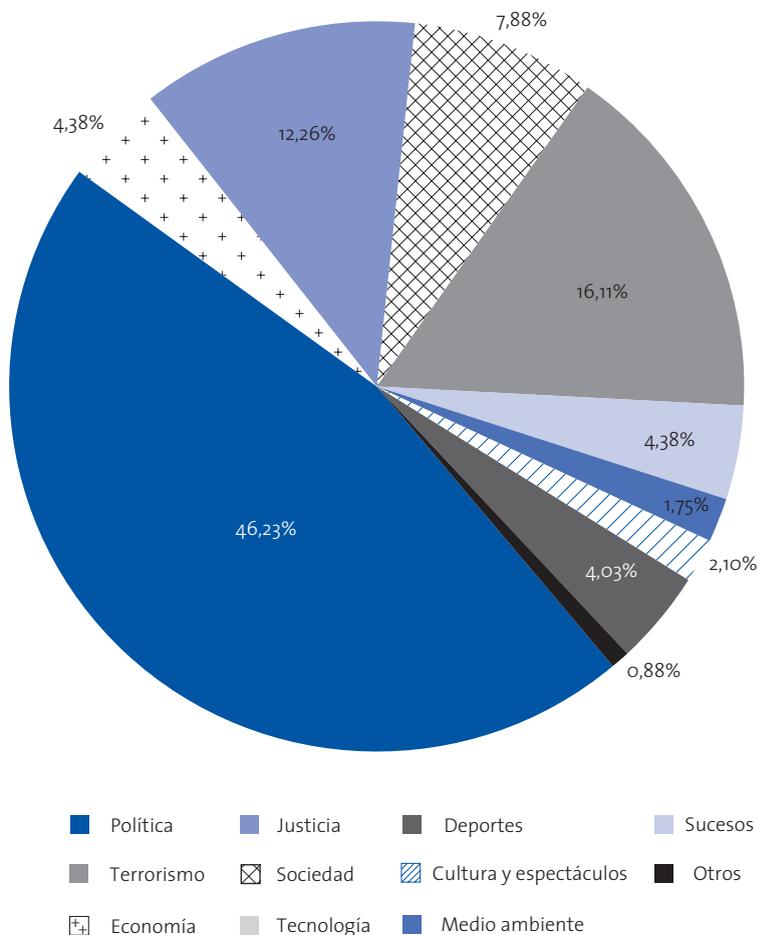
Gráfico C17. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES DOCUMENTALES Y SUBCATEGORÍAS POR TEMAS



recoge cuatro subcategorías, mientras que, paradójicamente, dos secciones con un carácter visual importante como son Cultura y Espectáculos sólo usan tres tipos de *links* multimedia.

El periodista se decanta por esta categoría de hipervínculos en mayor medida que por los enlaces documentales para temas de Política, Terrorismo, Justicia. Concretamente, las noticias

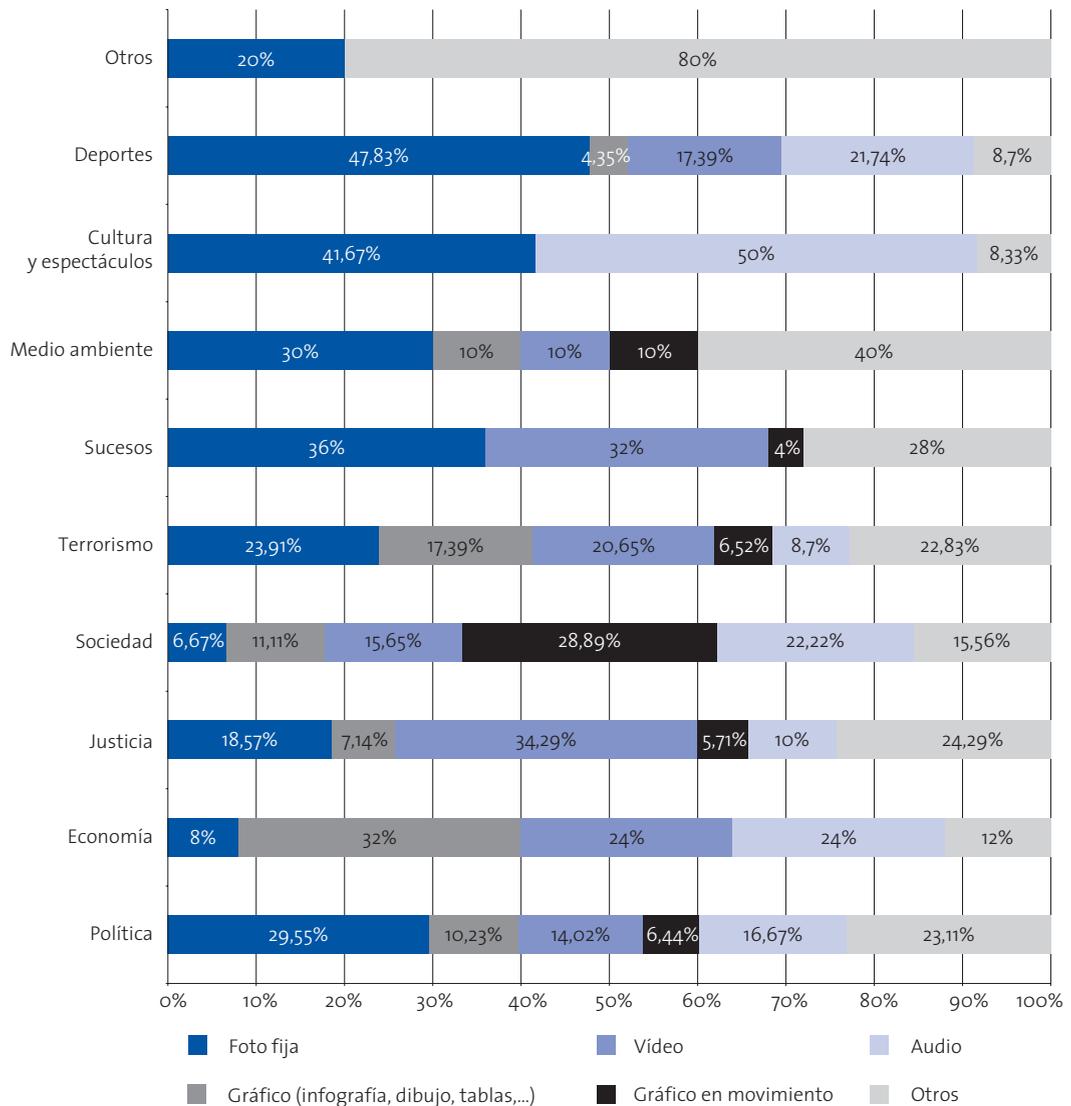
Gráfico C18. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES MULTIMEDIA POR TEMAS



de política suponen un tercio de la actualidad más relevante para el medio y acaparan casi la mitad de los enlaces multimedia (46,23%). Además, si se compara el número de enlaces documentales y multimedia por temáticas, se observa que las informaciones de Política aparecen, con más frecuencia que otros temas, acompañadas de elementos multimedia. De hecho, en España los personajes políticos suelen protagonizar no sólo los textos sino también las fotografías (más del 50%) y otros materiales audiovisuales.

Más de un 60% de los enlaces multimedia de vídeo y de foto fija van asociados a personajes políticos. La comunicación política ha comenzado tempranamente a trasladar estrategias propias de la televisión a los periódicos de Internet gracias a los avances tecnológicos, lo que ha favorecido la presencia de los personajes políticos en vídeos asociados a noticias de distinta temática. En consonancia, los medios incorporan, junto a las noticias de Política, vídeos con las declaraciones de sus protagonistas. De hecho, el vídeo se utiliza casi tanto como la fotografía para el trata-

Gráfico C19. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES MULTIMEDIA Y SUBCATEGORÍAS POR TEMAS



miento informativo de las noticias protagonizadas por los políticos.⁵

Los enlaces multimedia se usan en segundo lugar para las noticias de Terrorismo y éstas se

acompañan en mayor medida por enlaces de este tipo que por hipervínculos documentales; sin embargo, en el caso de Sociedad ocurre lo contrario, pues los enlaces multimedia se reducen a la mitad

5. Esta práctica se apuntó como tendencia en 2005 en *El Periodismo en la era de Internet* (Diezhandino, 2008a).

Gráfico C2o. ENLACES MULTIMEDIA –VÍDEO Y FOTO FIJA– Y PERSONAJES

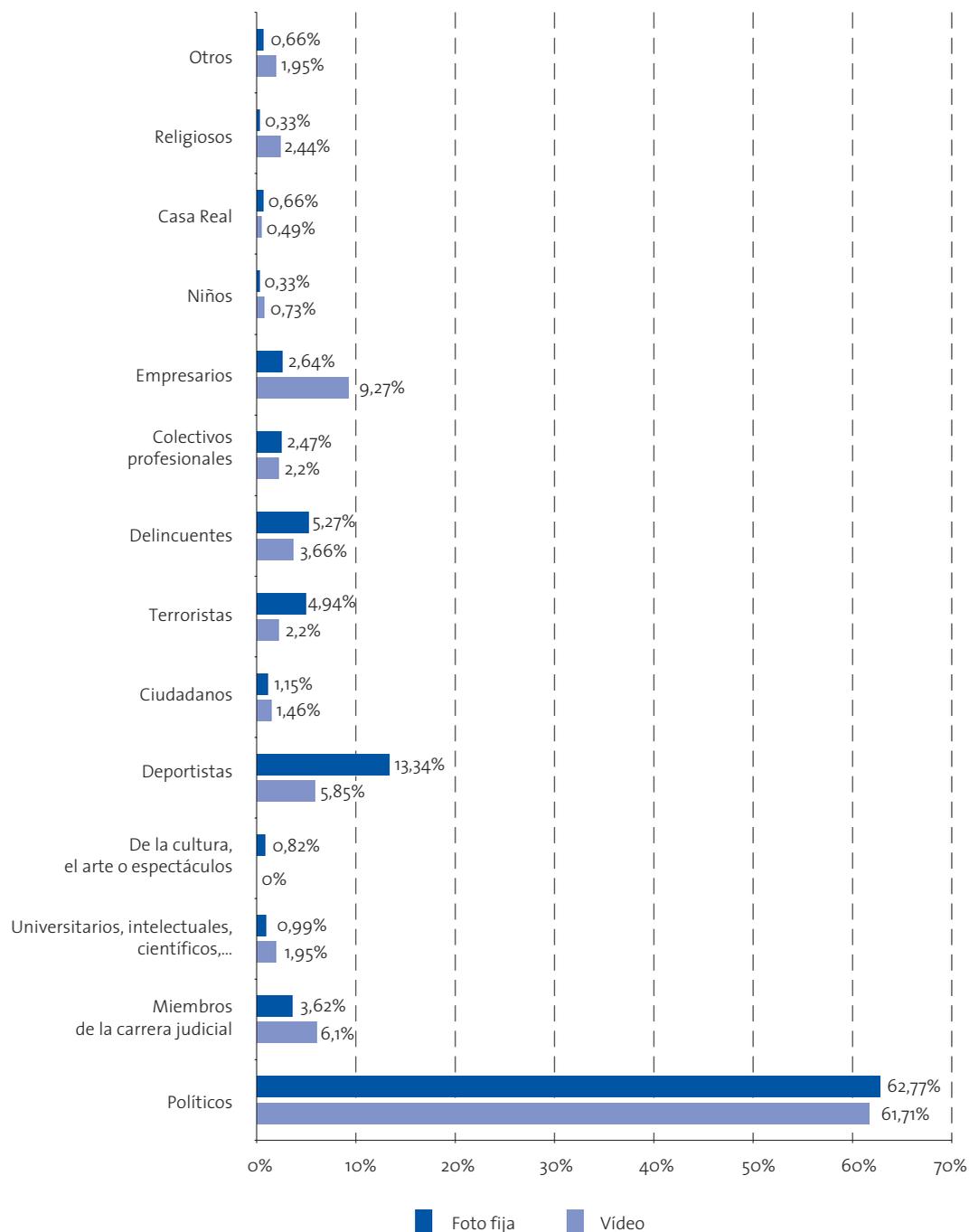
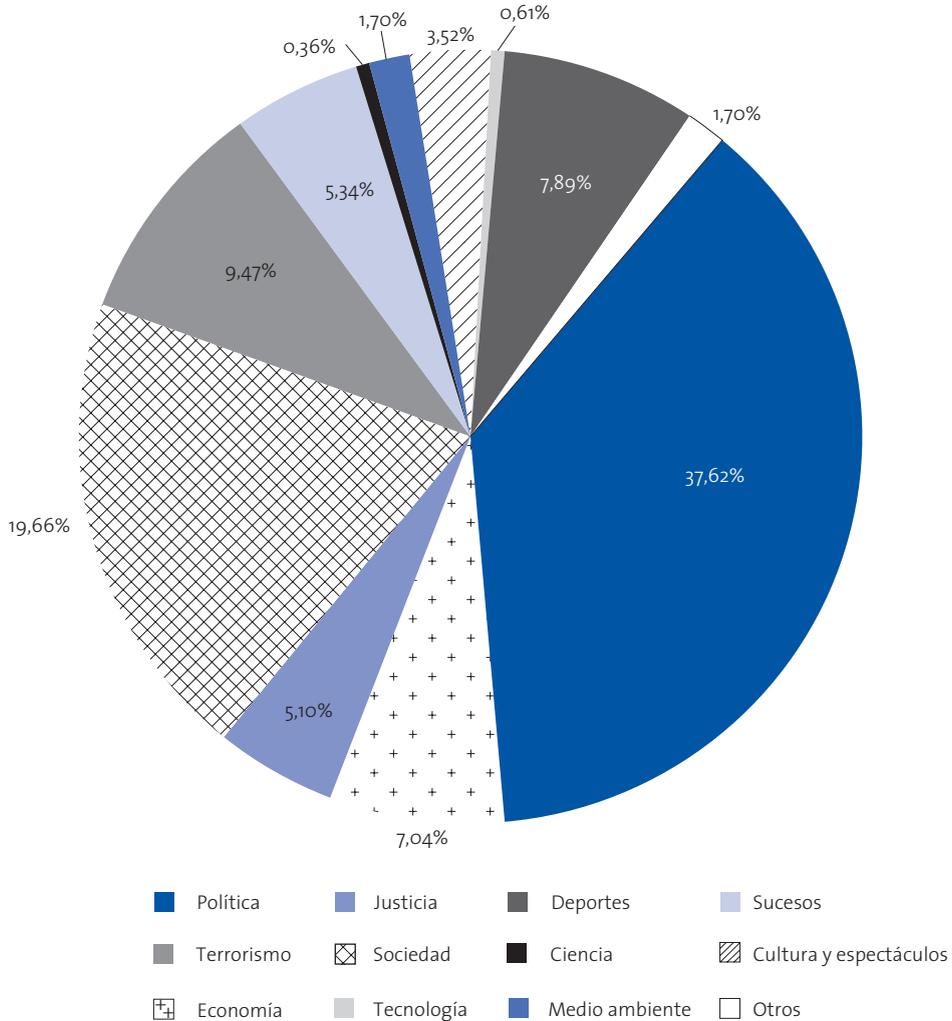


Gráfico C21. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES INTERACTIVOS POR TEMAS

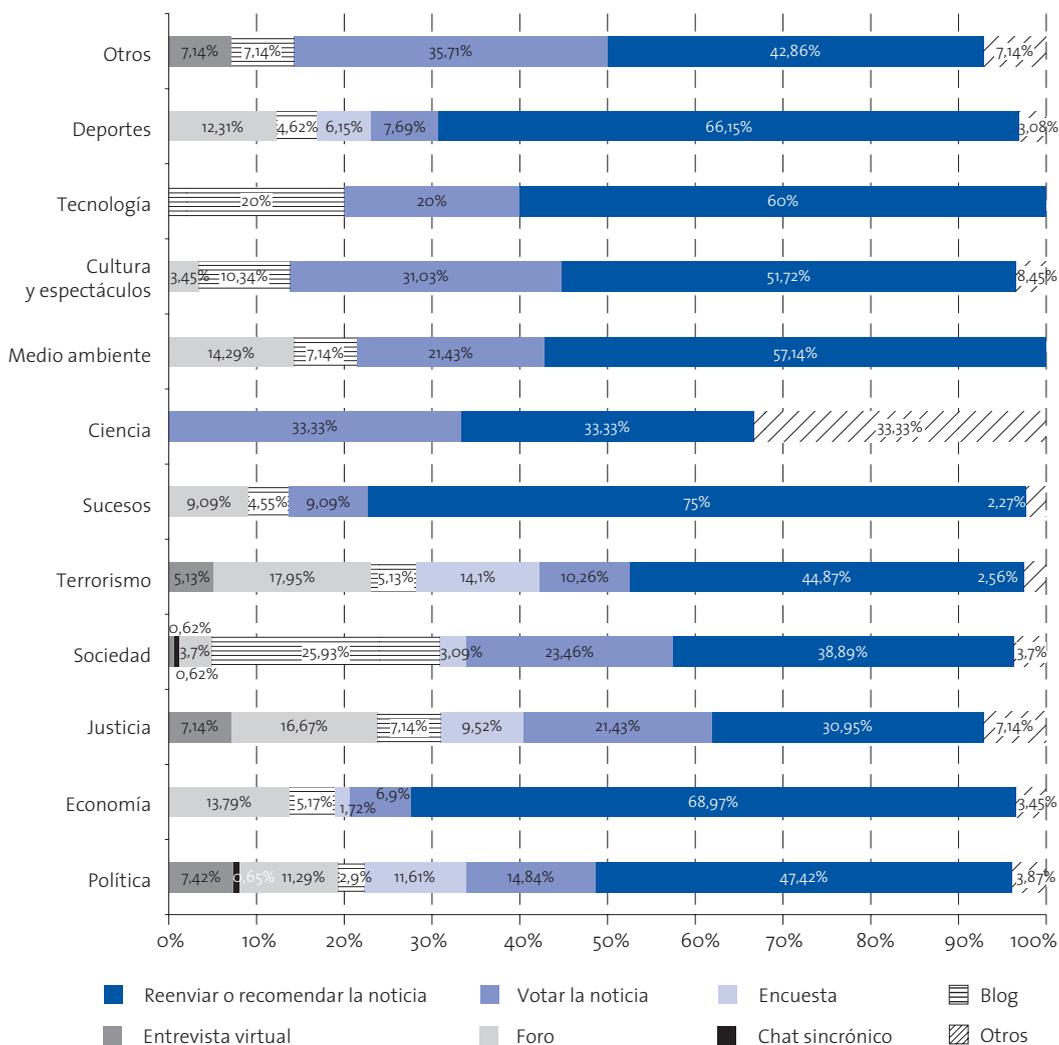


(7,88% son multimedia frente a un 15,39% documentales). Además, llama la atención que Deportes, una temática que se presta a los recursos gráficos y audiovisuales en general, presenta menos multimedias (4,03%) y más enlaces documentales. Esto se justifica por la vinculación con especiales temáticos creados ex profeso para los grandes eventos deportivos.

No obstante, los deportistas aparecen con frecuencia protagonizando las fotografías y fotonoticias de portada.

En consonancia con el predominio de los asuntos políticos en los periódicos digitales españoles, el 37,62% de los enlaces interactivos que aparecen en las portadas están vinculados a temas de política, es decir, más de un tercio de

Gráfico C22. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES INTERACTIVOS POR TEMAS Y SUBCATEGORÍAS POR TEMAS

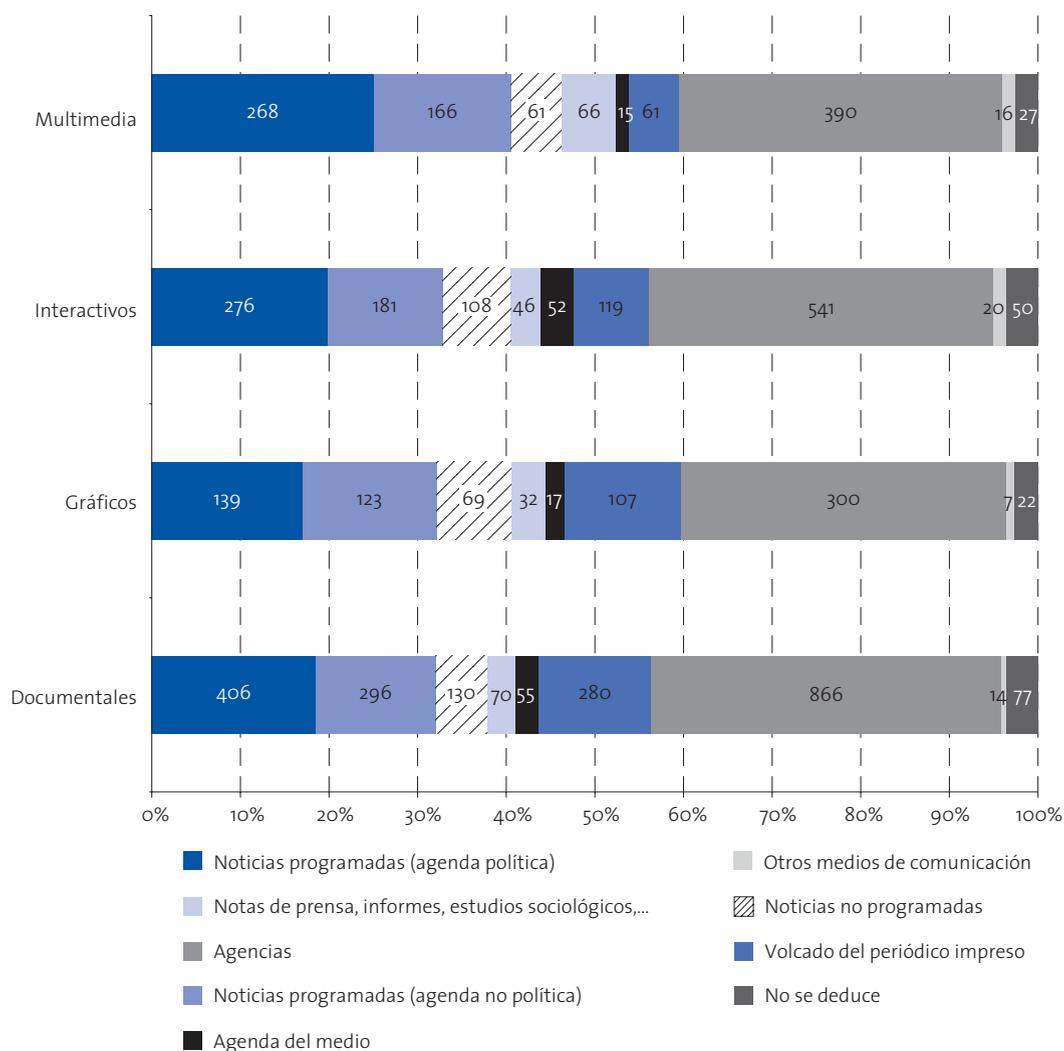


la totalidad de éstos. Le sigue sociedad, con un 19,66%.

Política, Sociedad, Terrorismo, Justicia y Economía son las temáticas para las que se emplean la mayoría de los elementos interactivos. Ciencia vuelve a ser la gran olvidada. Sólo se recurre a votar la noticia, reenviarla o recomendarla y otros. Relacionado con el ámbito de la Ciencia, se en-

cuentran el Medio ambiente y la Tecnología. Para la primera se utiliza el recurso del foro para favorecer la conversación entre los usuarios ante determinados asuntos que normalmente provocan debate, y para la segunda se opta por el *blog*, un recurso que hace algunos años era menos frecuente en los medios y que en algunos comenzó

Gráfico C23. DISTRIBUCIÓN DEL TIPO DE ENLACE SEGÚN LA PROCEDENCIA



a utilizarse asociado a la sección de Tecnología y a especiales temáticos.

En cuanto al *blog* cabe destacar que este formato se emplea fundamentalmente para acompañar temáticas sociales y Cultura y Espectáculos. En cambio, es incorporado en menor medida en las noticias políticas. La presencia de *blogs* en los medios digitales asociados a la mayoría de las temáticas

demuestra la aceptación por parte de las empresas periodísticas de un tipo de formato que nació fuera de los medios como una alternativa a los canales tradicionales de información.

Por su parte, el foro se ha incorporado igualmente en casi todas las temáticas (excepto en Ciencia), destacando por encima del resto las informaciones vinculadas al Terrorismo y la Justicia.

El recurso de la encuesta para conocer la postura de los usuarios ante determinados asuntos aparece asociado fundamentalmente a las temáticas de Terrorismo, Política, Justicia y Deporte.

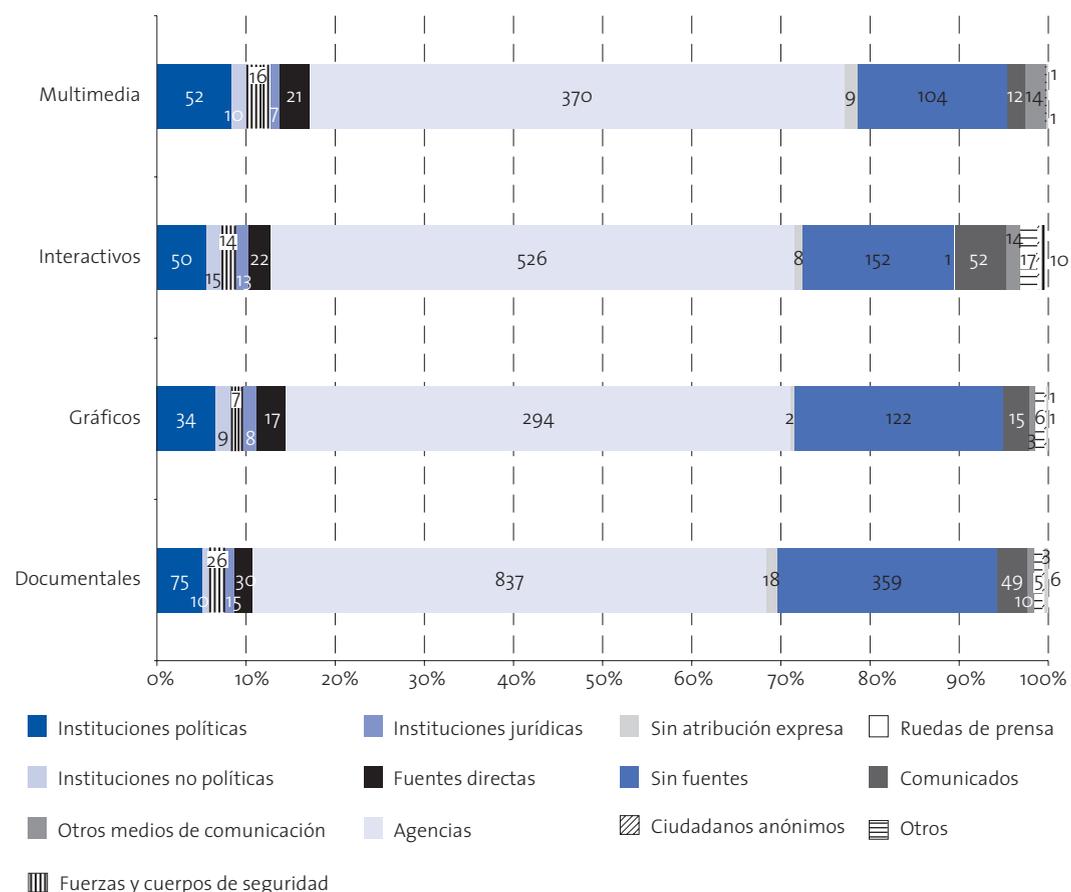
La entrevista virtual y el *chat* sincrónico se emplean para Política, Justicia y Terrorismo. El protagonismo lo acaparan nuevamente los personajes de la vida pública. Por el contrario, se prescinde de esta nueva modalidad que posibilita la implicación de las audiencias al enviar preguntas a expertos y profesionales cuando se trata de Economía, Sociedad, Deportes. Aparentemente, esta carencia no estaría justificada salvo por una falta de aten-

ción del medio a estos temas, que han sido relegados, al menos en este nuevo género propio del Periodismo digital, para uso exclusivo de las consideradas *hard news*.

3.6. Procedencia y fuentes, claves en la elección del *link*

La procedencia de la información influye en cierta medida en el tipo de enlaces que se incorporan a la información. Así, se observa que los teletipos de agencias incluyen un mayor número de hipervin-

Gráfico C24. DISTRIBUCIÓN DEL TIPO DE ENLACE SEGÚN LA FUENTE



culos que las noticias con otra procedencia. De esta forma, se sustituye la tradicional reelaboración de la información por el añadir una serie de complementos (los hipervínculos).

En cuanto al tipo de enlace que predomina según la procedencia de la información destaca el enlace multimedia en las noticias programadas, que son básicamente las vinculadas a la agenda política. Las noticias no programadas se relacionan sobre todo con interactivos y se acompañan de gráficos (fundamentalmente fotografías) en la portada, porque éstas se refieren considerablemente a tragedias, terremotos, catástrofes de última hora y el material gráfico es fundamental para entender la envergadura y el alcance del hecho. Las noticias que proceden del volcado del periódico impreso acumulan numerosos enlaces documentales y gráficos de portada, y menos interactivos y multimedia. Esto puede deberse a que hay

noticias exclusivas del medio impreso de las que no existen apenas recursos audiovisuales y de participación, por tanto, no han sido creados con anterioridad a la publicación en la web, se trata de temas nuevos que con el paso del tiempo irán dando pie a otros materiales.

Por último, si se establecen relaciones entre el tipo de fuente y la categoría de enlaces se pueden deducir algunas tendencias como las siguientes:

- Los enlaces documentales, interactivos y multimedia aparecen mayoritariamente asociados a las informaciones de agencia en los medios digitales.
- Las instituciones no políticas presentan menos enlaces de tipo documental que de otro tipo.
- Y los interactivos aparecen en un porcentaje mayor al del resto en noticias elaboradas con fuentes jurídicas.

(II) LA INMIGRACIÓN

Teresa Sandoval y Bárbara Yuste

1. LA FOTOGRAFÍA RESALTA LA TRAGEDIA

La fotografía de prensa desempeña un papel fundamental en la configuración de la imagen de la inmigración que ofrecen los medios, en especial porque se trata de un asunto sensible que afecta a personas. Cuando se trata de poner de relieve la tragedia del proceso migratorio se recurre a fotografías que resaltan la intensidad (número de personas inmigradas que llegan a nuestro país) y la frecuencia (llegada colectiva de personas). Un trabajo científico especializado titulado «La inmigración, en la fotografía de prensa de Canarias»¹ indica que en los medios de las islas Canarias, sin apenas diferencias entre ellos, la inmigración se asocia prácticamente solo a la llegada de embarcaciones provenientes de África y «el inmigrante retratado es, en consecuencia, el *subsahariano* o el marroquí, primando el retrato homogeneizador, en grupo». Los subsaharianos son fotografiados mayoritariamente recibiendo atención sanitaria o siendo rescatados, en otras ocasiones son detenidos, intentan entrar irregularmente en embarcaciones o esperan en actitud pasiva. Pocas veces protagonizan acciones positivas como trabajar o estudiar.

En este apartado la muestra que sirve para el análisis consta de 628 informaciones y 106 gráficos. Este corpus de gráficos está formado esencialmente por fotografías (98,13%) y permiten apuntar una serie de tendencias en el tratamiento gráfico de la inmigración en los medios digitales:

- El tema en el que aparecen estas fotografías relacionadas con la inmigración es fundamentalmente Sociedad.
- Con un porcentaje sumamente inferior se asocia la fotografía a temáticas Políticas y de Sucesos.
- Las fotonoticias se limitan a los temas sociales relacionados con Inmigración.
- Cuando la inmigración es abordada desde el ámbito político apenas lleva apoyo gráfico en la portada.
- Si se incorpora en las secciones de España/Nacional/Política su presencia es mucho mayor (25,71%).
- Y, si además, en la noticia aparecen personajes políticos la probabilidad de que esa información de inmigración lleve una fotografía se duplica (45,86%).
- Cuando las noticias de Inmigración se ubican en la sección de Sociedad el 33,33% muestra una fotografía en portada. La sección de España/Nacional/Política alberga el 25,47%.
- Y merece la pena detenerse en lo siguiente: los personajes protagonistas de las informaciones que van acompañadas de una fotografía son en gran medida políticos (45,86%), y los inmigrantes sólo tienen una presencia del 20%. Intelectuales y expertos de un 10,15%. La excesiva presencia de políticos está relacionada con el enfoque que el periodista da a la propia infor-

1. «La inmigración, en la fotografía de prensa de Canarias.» Alberto Ardévol Abreu. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm 63, 2008. URL: http://www.ull.es/publicaciones/latina/o8/34_791_54_fotoperiodismo/Alberto_Ardevol.html (Consultado el 27-02-2009).

Gráfico D1. GRÁFICOS EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

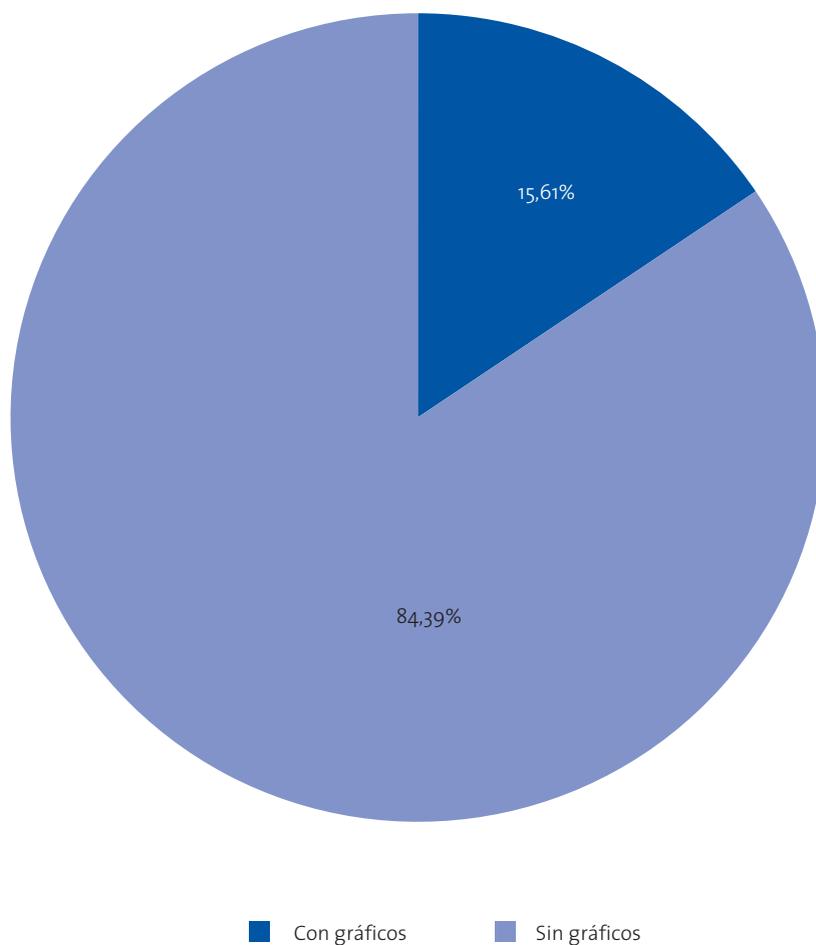


Tabla D1. TEMAS DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN CON GRÁFICO EN PORTADA

TEMA	FOTOGRAFÍA	FOTONOTICIA	TOTAL
Política	6,67%		6,60%
Sociedad	87,62%	100,00%	87,74%
Sucesos	4,76%		4,72%
Otros	0,95%		0,94%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

mación y con el exceso de atención de los medios a la demanda del sector político por aparecer en éstos.

Como se ha mencionado, dentro de los diferentes recursos posibles, el más utilizado es la fotografía, con un 98,13%. Esto se debe a que los medios digitales, cuando informan sobre asuntos de inmigración, tratan de acompañar el texto con una imagen, sobre todo si se tiene en cuenta que la mayoría de las noticias reflejan la tragedia de la inmigración. Se trata de reforzar el hecho noticio-

so con un testimonio visual que potencie el carácter más humano de la inmigración (como es el sufrimiento de los inmigrantes que llegan a las costas españolas). Sin embargo, existen numerosos medios nacionales y regionales que no lo utilizan. Es el caso de *ABC.es*, *laverdad.es*, *levante-emv.com*, *melillahoy.es*, *ADN.es*, *Qué.es*, *diariodecadiz.es*, *LAVANGUARDIA.es*. Asimismo, la fotonoticia trata de resaltar un hecho, y sin embargo, los medios digitales apenas emplean este formato (1,87%) para dar una cobertura especial a la información que versa sobre inmigración.

Gráfico D2. SECCIONES DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN CON GRÁFICO EN PORTADA

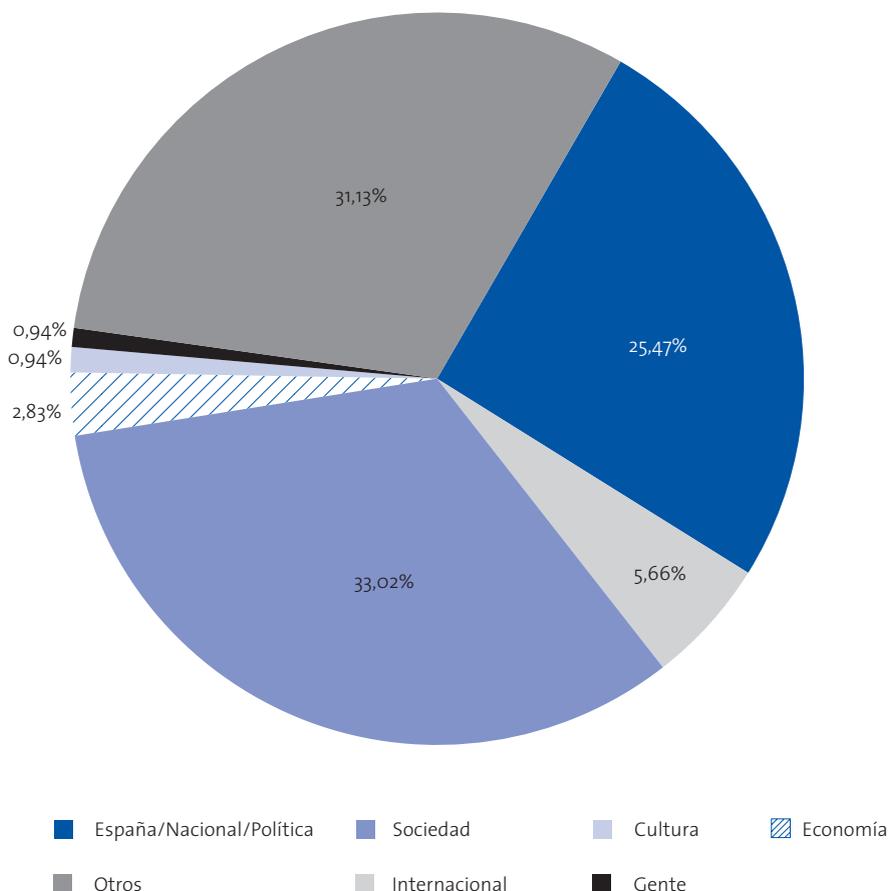
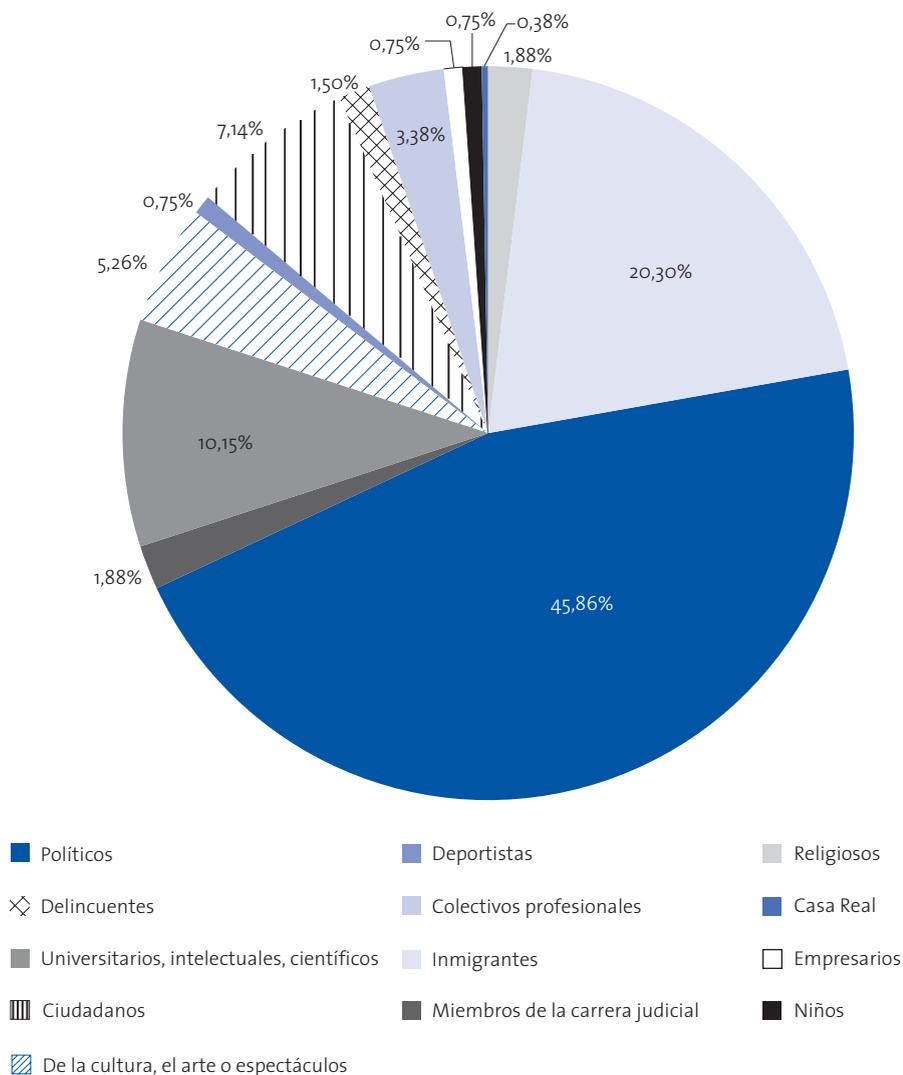


Gráfico D3. FOTOGRAFÍAS Y PERSONAJES EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



A partir de la codificación de los personajes que aparecen en las noticias de inmigración se ha podido dilucidar si una noticia lleva gráfico o no dependiendo de los personajes que se mencionen. El 45,86% de las noticias incorporan fotografías referidas a personajes políticos y sólo el 20,30% está

dedicado a inmigrantes. Es decir, cuando una noticia tiene personajes del mundo de la política tiene más posibilidades de que lleve una fotografía que si se trata de inmigrantes (20,30%), universitarios, intelectuales, científicos, de la cultura (5,26%), los ciudadanos (7,14%), el arte o espectáculos (5,26%), etc.

Tabla D2. FOTOGRAFÍAS Y PERSONAJES EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

PERSONAJE	FOTOGRAFÍA
Políticos	45,86%
Miembros de la carrera judicial	1,88%
Universitarios, intelectuales, científicos,...	10,15%
De la cultura, el arte o espectáculos	5,26%
Deportistas	0,75%
Ciudadanos	7,14%
Delincuentes	1,50%
Colectivos profesionales	3,38%
Empresarios	0,75%
Niños	0,75%
Casa Real	0,38%
Religiosos	1,88%
Inmigrantes	20,30%
	100%

2. LOS MEDIOS DIGITALES OBVIAN EL CONTEXTO DE LA INMIGRACIÓN

Este análisis parte de una muestra formada por 628 informaciones y 1.053 enlaces. Hipervínculos que contribuyen a contextualizar, que aportan datos de utilidad, etc. Sin embargo, esta contextuali-

zación se produce en algo menos de la mitad (42,99%) de las informaciones de esta temática. Esto demuestra que los medios digitales no prestan demasiada atención a la inmigración, que *sólo*

Gráfico D4. DISTRIBUCIÓN DE ENLACES INTERACTIVOS POR TEMAS

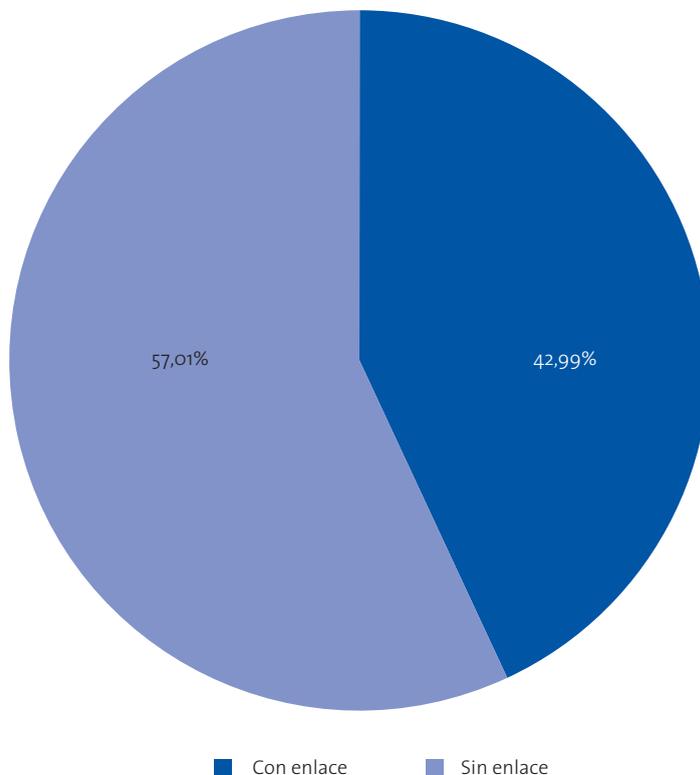
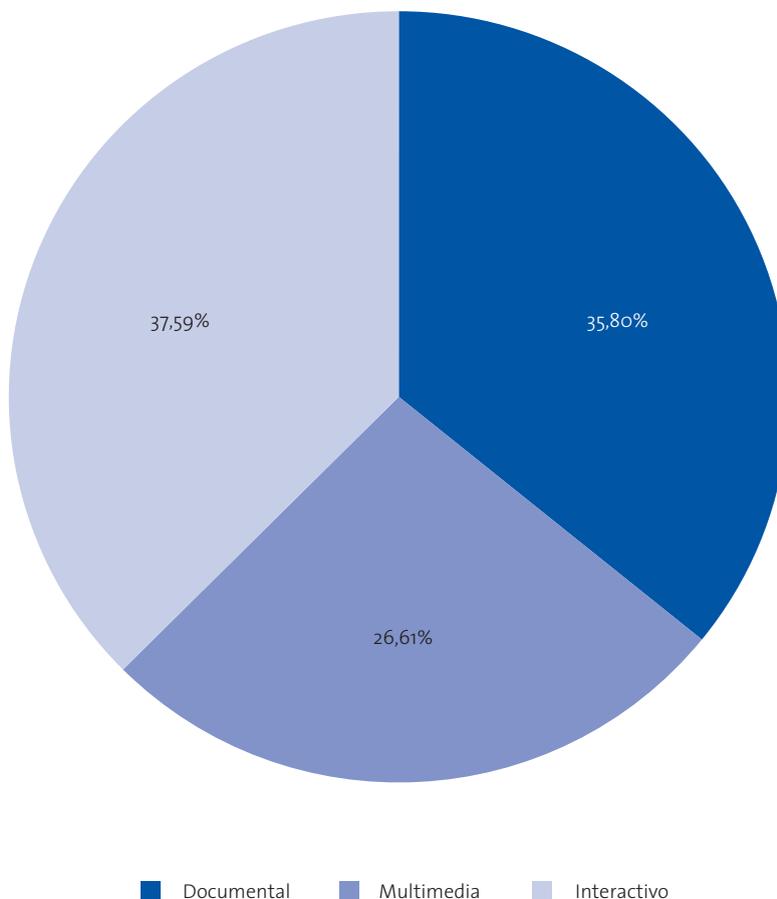


Gráfico D5. DISTRIBUCIÓN DE LOS ENLACES SEGÚN SU TIPO EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



parece ser objeto de una cobertura informativa ligera, sin profundización.

Con respecto a las tres grandes categorías de enlaces comentados en el bloque de la información general, se observa que el enlace interactivo es el recurso que más se asocia a la información de inmigración (37,59%). A continuación se encuentra el enlace documental con 35,80% y, por último, se recurre al multimedia (26,61%). No obstante, se trata de un reparto relativamente equitativo.

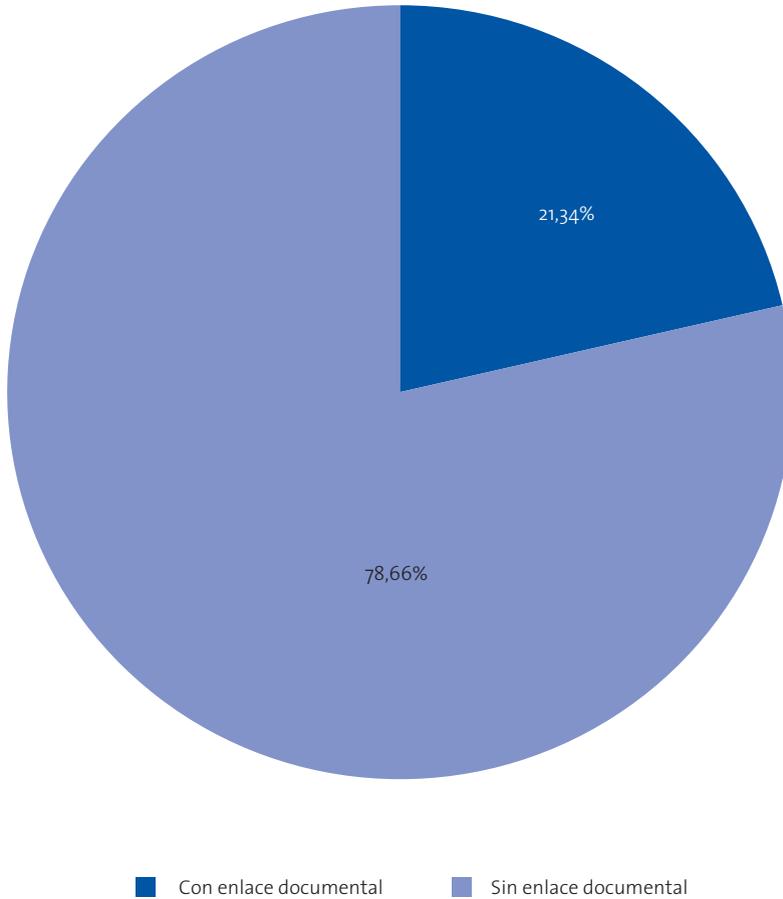
Si se tiene en cuenta el volumen de noticias que tiene o no asociado un tipo de documental,

se observa que sólo un 21,34% de las noticias de inmigración lleva un enlace de este tipo, lo que demuestra el escaso interés de los medios digitales por aportar claves sobre un asunto de gran importancia y tan complicado como es la inmigración.

El porcentaje baja a un 10,35% cuando se trata de incorporar un hipervínculo multimedia.

Y está más compesado en el enlace interactivo, que es utilizado en un 30,41%. Este dato no significa que se esté propiciando conversación o debate sobre la inmigración desde los medios, ya que está

Gráfico D6. ENLACES DOCUMENTALES EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



relacionado fundamentalmente con las opciones básicas de reenviar la noticia o recomendarla.

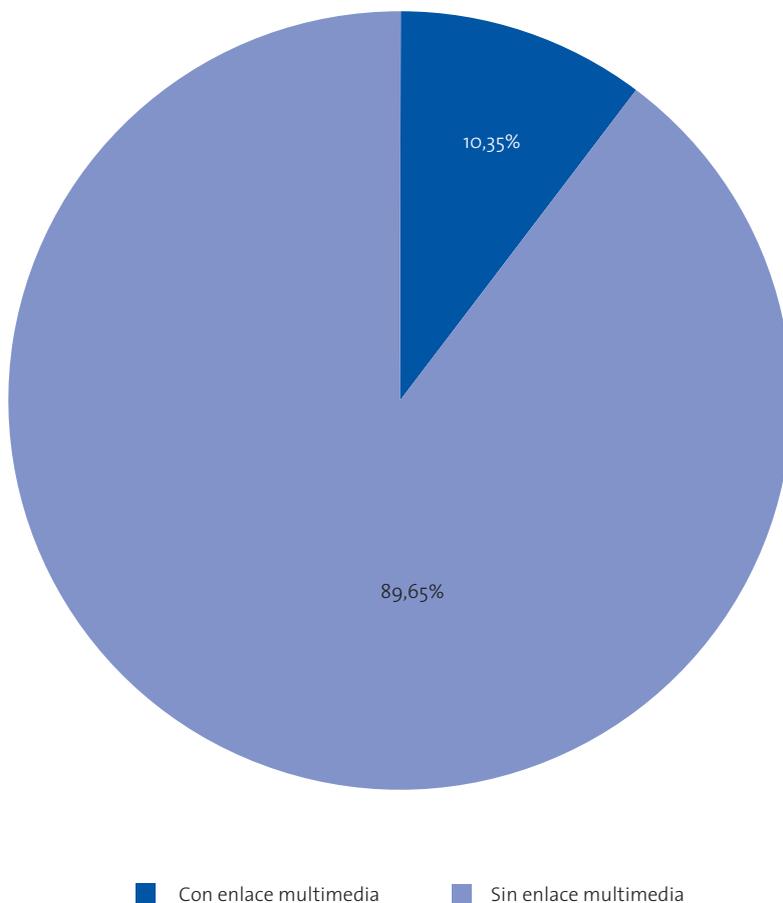
Al igual que sucede en otras temáticas, cuando se utiliza un recurso no se hace aisladamente, sino que se acompaña de varios elementos. Es decir, cuando una noticia de inmigración muestra un enlace de cualquier tipo tiene una alta probabilidad de que éste no sea el único. De hecho, el número de enlaces documentales duplica al número de informaciones, y en el caso del multimedia la diferencia es aún mayor. El interactivo es el recurso que se emplea generalmente con menos intensi-

dad. Cuando se emplea se hace en solitario, por ejemplo, votar o reenviar.

2.1. Olvido del pasado

Dentro de los enlaces documentales predomina el enlace actual (56,34%), lo que confirma que la cobertura informativa relacionada con la inmigración está sólo unida a la actualidad más reciente. De hecho, el porcentaje de enlaces que conducen al archivo del periódico (de más de una semana) es

Gráfico D7. ENLACES MULTIMEDIA EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



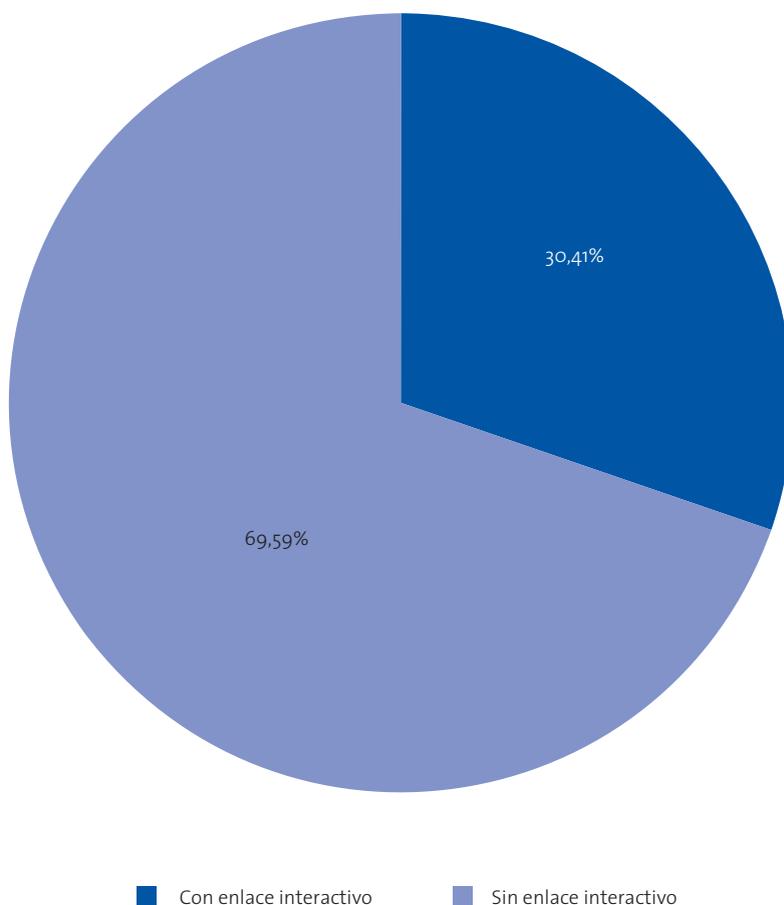
tan sólo de un 3,54%. El segundo tipo de enlace documental –a una distancia significativa– es el de los especiales. Éstos están enfocados a poner de relieve un tipo de inmigración muy concreto, que es el de la llegada de embarcaciones con inmigrantes. Destaca, asimismo, que los enlaces externos es la tercera categoría más usada, seguida de la remisión a documentos, como decretos y leyes impulsadas desde el gobierno para regular la inmigración.

Atendiendo a la muestra que representa al conjunto de medios periodísticos digitales en España,

cuatro medios no incorporan ninguna tipología de enlace documental a sus informaciones sobre inmigración. Se trata de *Qué.es*, *diariodesevilla.es*, *melillahoy.es* y *diariodecadiz.es*. El enlace a las informaciones actuales del periódico es empleado por todos los medios de la muestra. Por contra, el *link* que conduce a las noticias de archivo sólo es utilizado por *ELPAÍS.com*.

El especial temático es un recurso informativo que aparece en cinco medios y en uno de ellos, *LA-VANGUARDIA.es*, representa la mitad de los enlaces documentales. Llama la atención, asimismo, que

Gráfico D8. ENLACES INTERACTIVOS EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



sólo tres periódicos llevan al usuario a la editorial del medio en temas de inmigración, son *ABC.es*, *ideal.es* y *elPeriodico.com*. Los enlaces externos, que como se vio anteriormente ocupan la tercera categoría de hipervínculos documentales, se concentran únicamente en dos de los periódicos nacionales de referencia *ELPAÍS.com* y *elmundo.es*. *ELPAÍS.com* también es uno de los dos medios que recurre a la remisión a documentos (como archivos pdf, doc, etc.) relacionados con la inmigración.

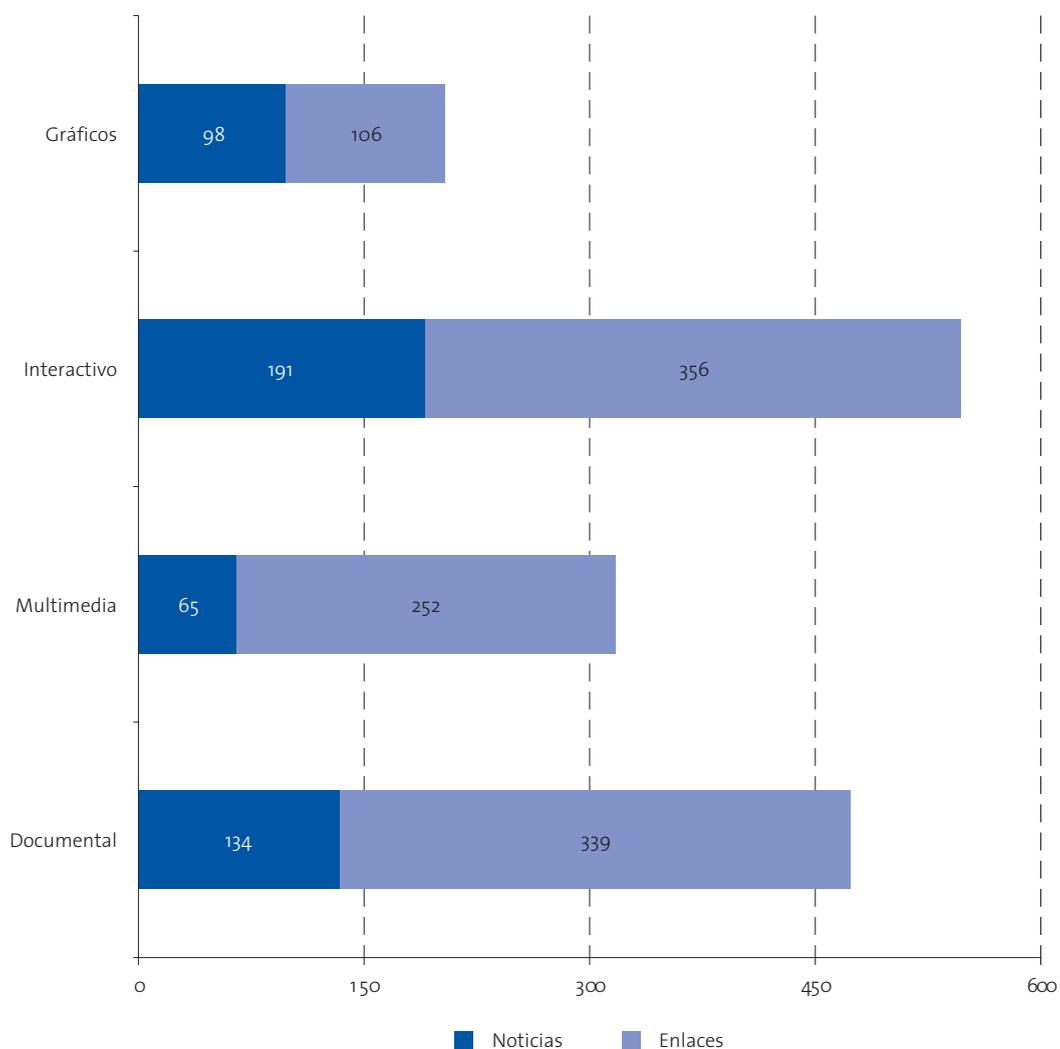
Las noticias de inmigración ubicadas en la sección de España/Nacional/Política acumulan el

mayor número de enlaces documentales (41,89%). Le sigue Sociedad (27,73%) y a una distancia considerable otras secciones no categorizadas (11,50%) e Internacional con un 10,03%.

2.2. Los rostros visibles, los mismos: más políticos

El uso de las diferentes subcategorías de enlaces multimedia tiene una distribución muy equitativa; no hay, por tanto, un elemento multimedia que

Gráfico D9. NÚMERO DE ENLACES DE CADA TIPO EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

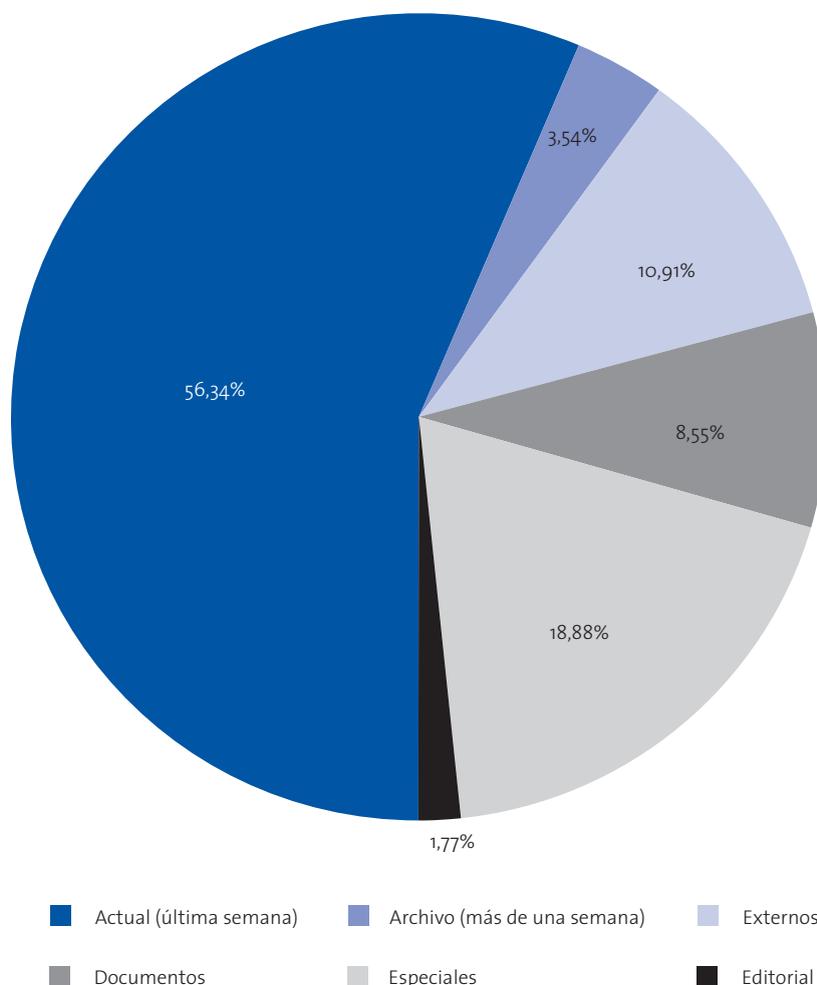


destaque significativamente del resto, aunque la foto fija sigue siendo el complemento gráfico al que más recurre el periodista para acompañar a las informaciones de inmigración. Además, utilizan la imagen fija, el vídeo, los gráficos estáticos o dinámicos de manera similar.

Sólo cinco medios de la muestra incorporan alguna subcategoría de enlace multimedia dentro

de sus informaciones de inmigración. Se trata de tres medios nacionales y dos regionales. Este dato pone en evidencia que los recursos no textuales no se utilizan en la medida conveniente. Si se extrapola esta consideración a todo el medio digital, se puede constatar que éste es fundamentalmente textual, a pesar de que Internet es un soporte multimedia.

Gráfico D10. TIPOS DE ENLACES DOCUMENTALES EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



En cuanto a las secciones y los enlaces de la categoría multimedia, seis de cada diez noticias de inmigración ubicadas en la sección de España/Nacional/Política contienen un hipervínculo de este tipo. Le sigue Otros (10,32%), Internacional (9,92%) y Sociedad (9,52%).

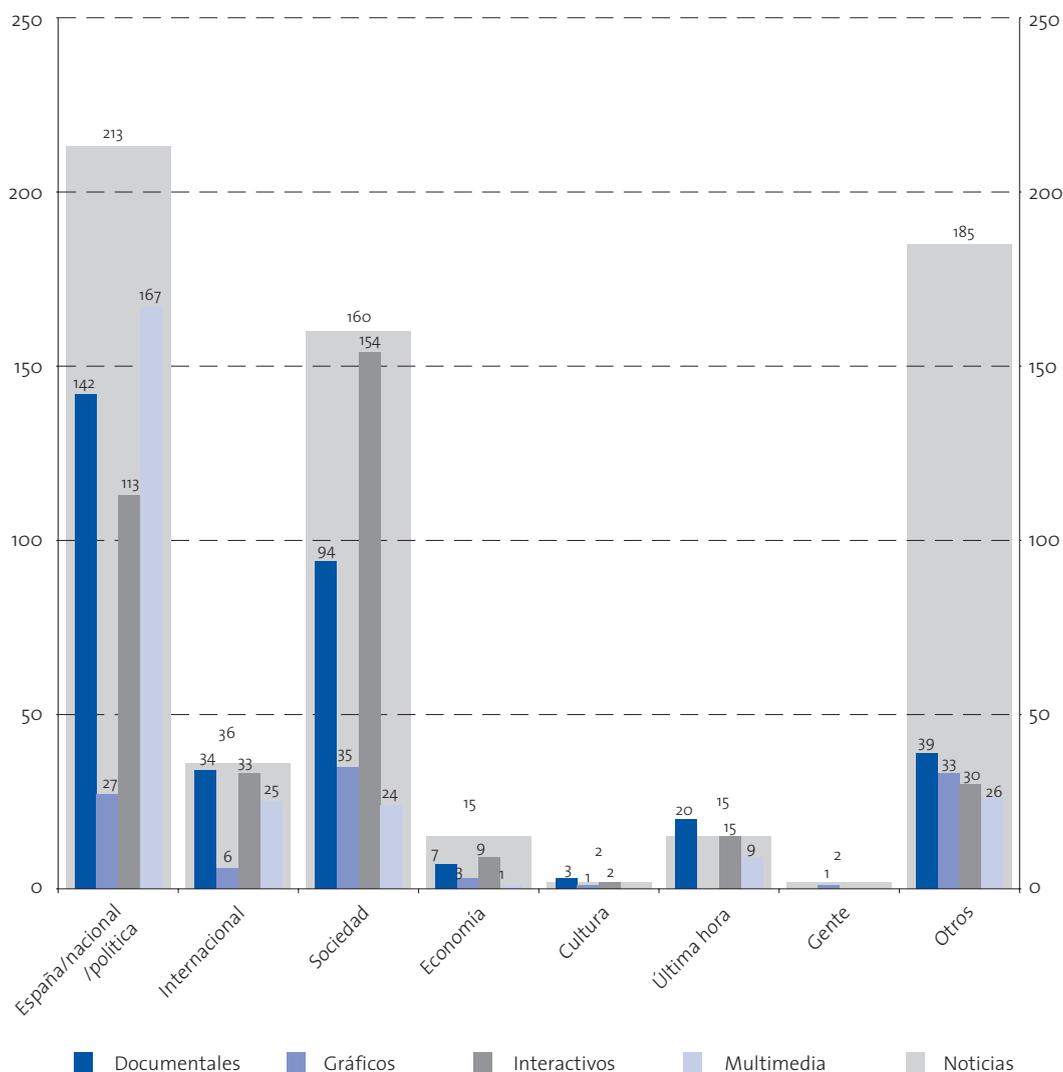
La mayoría de los vídeos (79,22%) y fotografías (90%) que se adjuntan a las noticias de inmigración están protagonizadas por políticos. Mientras que los inmigrantes apenas tienen

presencia en estos formatos, y cuando la tienen aparecen más en vídeos (10,39%) que en fotografías (2,50%).

2.3. La participación, la asignatura pendiente

Dentro de las diferentes categorías de enlaces interactivos posibles, la opción de reenviar o reco-

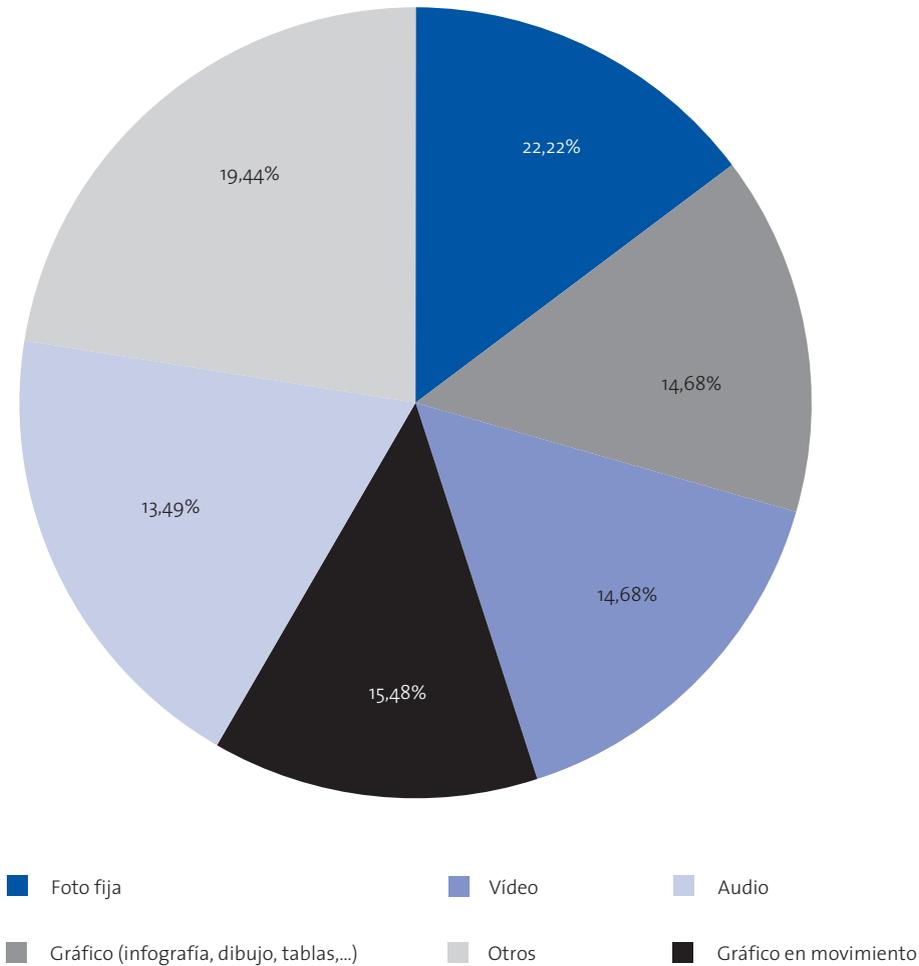
Gráfico D11. ENLACES QUE APARECEN EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN SEGÚN SU SECCIÓN



mendar la noticia es el recurso más incorporado a las noticias de inmigración (48,03%). Esto significa que los medios digitales no promueven el debate y la conversación con la audiencia en informaciones que se refieren a la inmigración. El foro (9,55%) y la encuesta (12,92%), géneros dialógicos por excelencia, se encuentran en la tercera y cuarta sub-

categoría más empleada. La entrevista virtual, que es la herramienta destacada en segundo lugar, puede ser un recurso con un uso relacionado con el propósito de los medios de conectar a su público con personajes del mundo de la política que trabajan en el área de inmigración. Sin embargo, se puede afirmar que ningún inmigrante ha pro-

Gráfico D12. ENLACES MULTIMEDIA EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

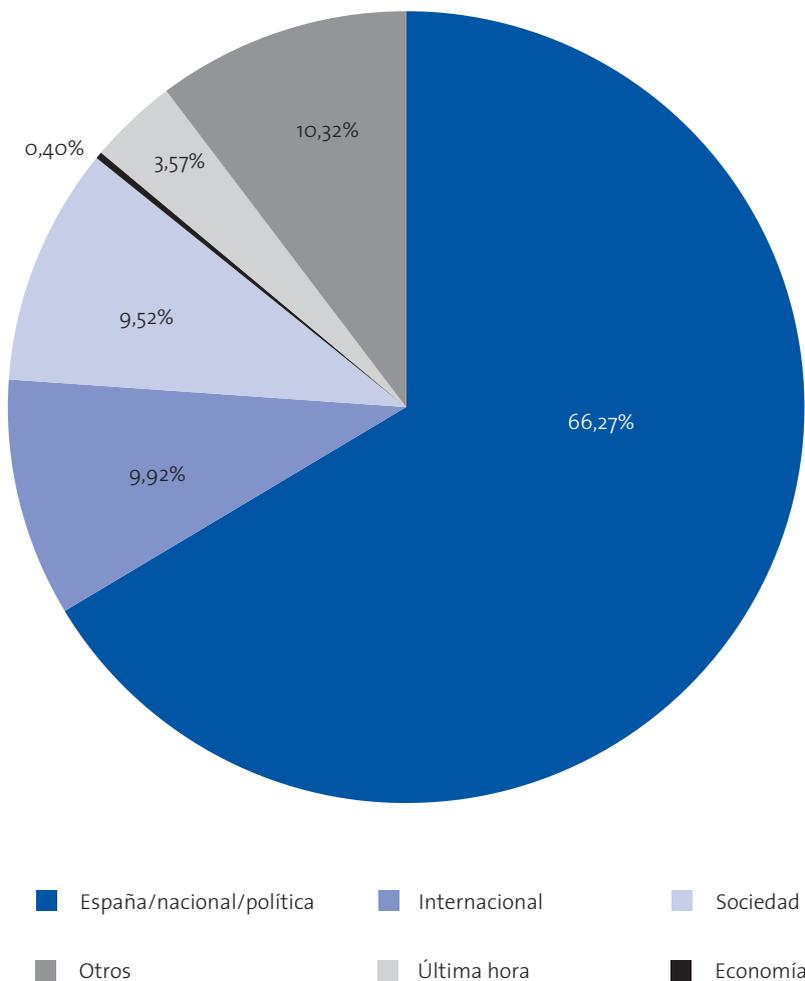


tagonizado una entrevista digital. La herramienta de valorar la noticia no es un recurso considerado por parte de los medios, lo que demuestra su poco interés en que los usuarios se posicionen o valoren estas temáticas.

La mitad de los medios españoles no incorpora ningún elemento interactivo para complementar su información. Y nueve de los diez medios que sí utilizan la interactividad en sus informaciones, recurren a la opción más básica, como es el reenvío o

recomendación de la noticia. Sólo *elmundo.es* opta por votarla. Otro dato que merece ser considerado es que únicamente *ELPAÍS.com* realiza entrevistas virtuales con personajes vinculados al ámbito de la inmigración y lo hace, además, en un alto porcentaje en relación con el resto de recursos interactivos que utiliza. De hecho, es junto con *LAVANGUARDIA.es* el medio que hace un mejor tratamiento desde el punto de vista de la participación del usuario en este tipo de temas. *ELPAÍS.com* recurre

Gráfico D13. SECCIONES Y ENLACES MULTIMEDIA DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



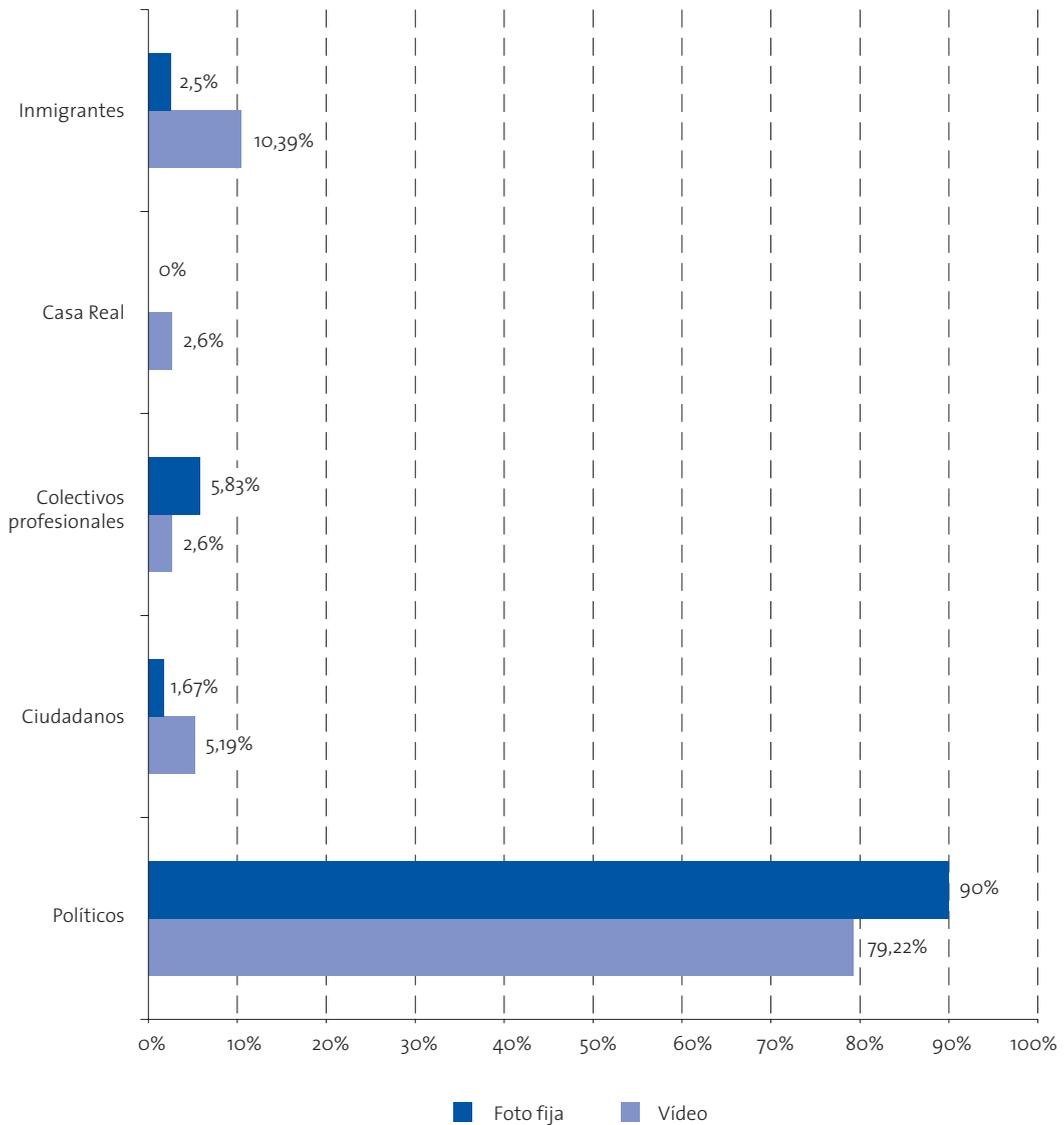
además de a la entrevista virtual, al *chat* sincrónico y a la encuesta, mientras que *LAVANGUARDIA*.es incorpora además de la opción de recomendar la noticia (42,86%), el foro (39,29%), la encuesta (16,67%) y los servicios útiles (1,19%).

Este tipo de enlaces –los interactivos– se introducen en su mayoría en las secciones de Sociedad (43,26%) y de España/Nacional/Política (31,74%). Le sigue Otros (8,43%) e Internacional

(9,27%), que curiosamente tiene el mismo porcentaje de enlaces multimedia. Economía y Cultura apenas los llevan, con el 2,53% y el 0,56% respectivamente.

Si en las noticias en general se observó que la procedencia de la información no influía en exceso en la incorporación de enlaces, cuando se trata de noticias relacionadas con la inmigración, tampoco se detectan notables diferencias. No obstante,

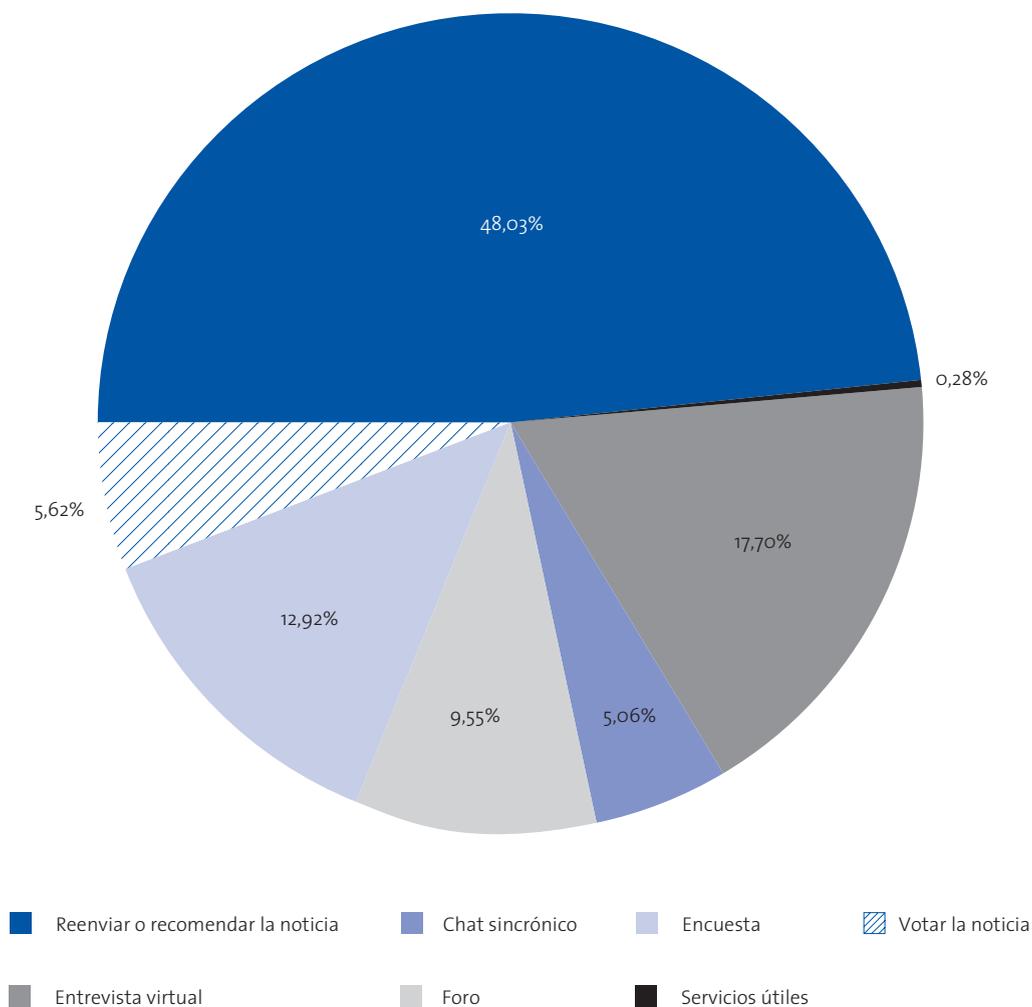
Gráfico D14. PERSONAJES EN NOTICIAS DE INMIGRACIÓN CON VÍDEOS/ FOTOGRAFÍAS



llama la atención que las noticias de la agenda política llevan un notable número de hipervínculos multimedia (28,22%), una tendencia a la espectacularización de la política ya observada en otros casos, como en el de los gráficos que acom-

pañan a las noticias sobre política o asociadas a personajes políticos. Las noticias que provienen de notas de prensa tienen más probabilidades de aparecer acompañadas de un gráfico (10,19%). Curiosamente, cuando la información proviene del

Gráfico D15. TIPOS DE ENLACES INTERACTIVOS DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

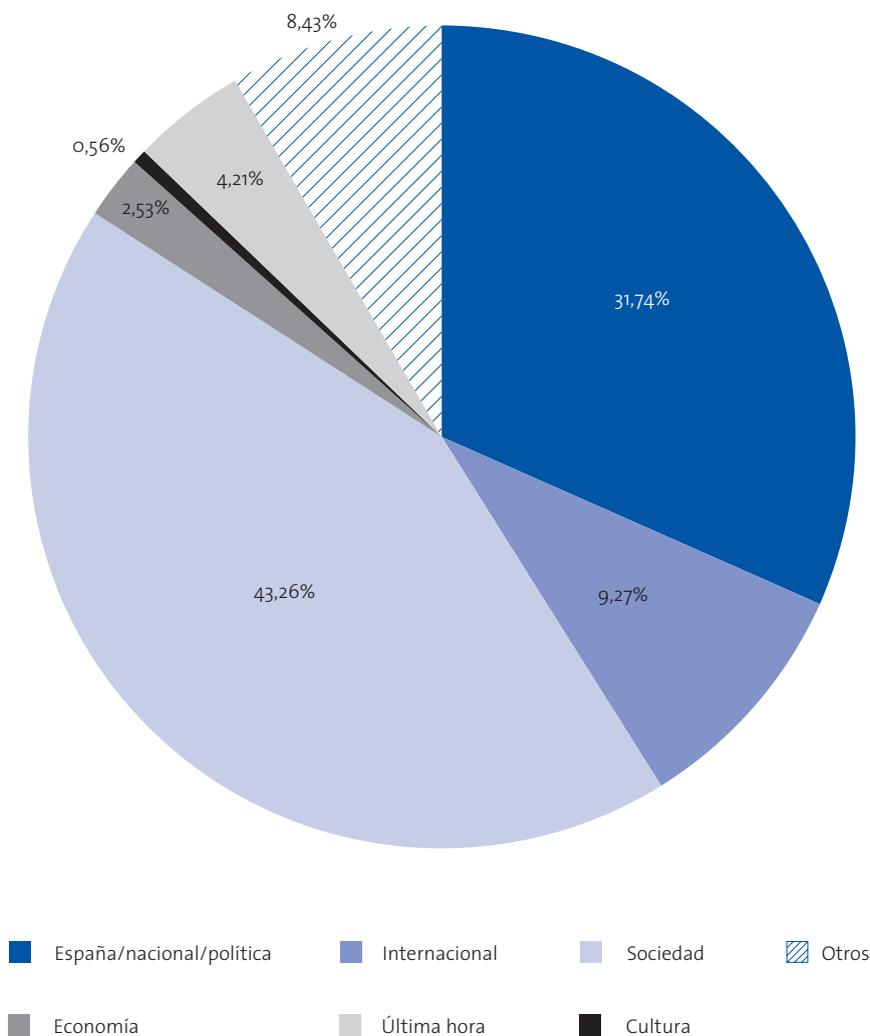


propio medio tiene pocas probabilidades de llevar asociado un elemento contextual, y menos aún si se trata de un gráfico (1,46%) y un elemento multimedia (2,45%).

Las noticias no programadas, ligadas fundamentalmente a catástrofes y accidentes, son menos proclives a aparecer acompañadas de elementos multimedia (13,50%) que de recursos documentales o interactivos, aunque es

cierto que sí se muestran con un gráfico en la portada del medio (16,50%). Es decir, en las redacciones digitales se otorga tiempo a buscar y seleccionar una fotografía para una noticia de inmigración propia que, en muchas ocasiones se lleva a portada, pero no para crear una galería fotográfica, editar un vídeo o crear una infografía. La falta de tiempo, las prisas o el vuelco de materiales procedentes de la versión impre-

Gráfico D16. SECCIONES Y ENLACES INTERACTIVOS DE LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN

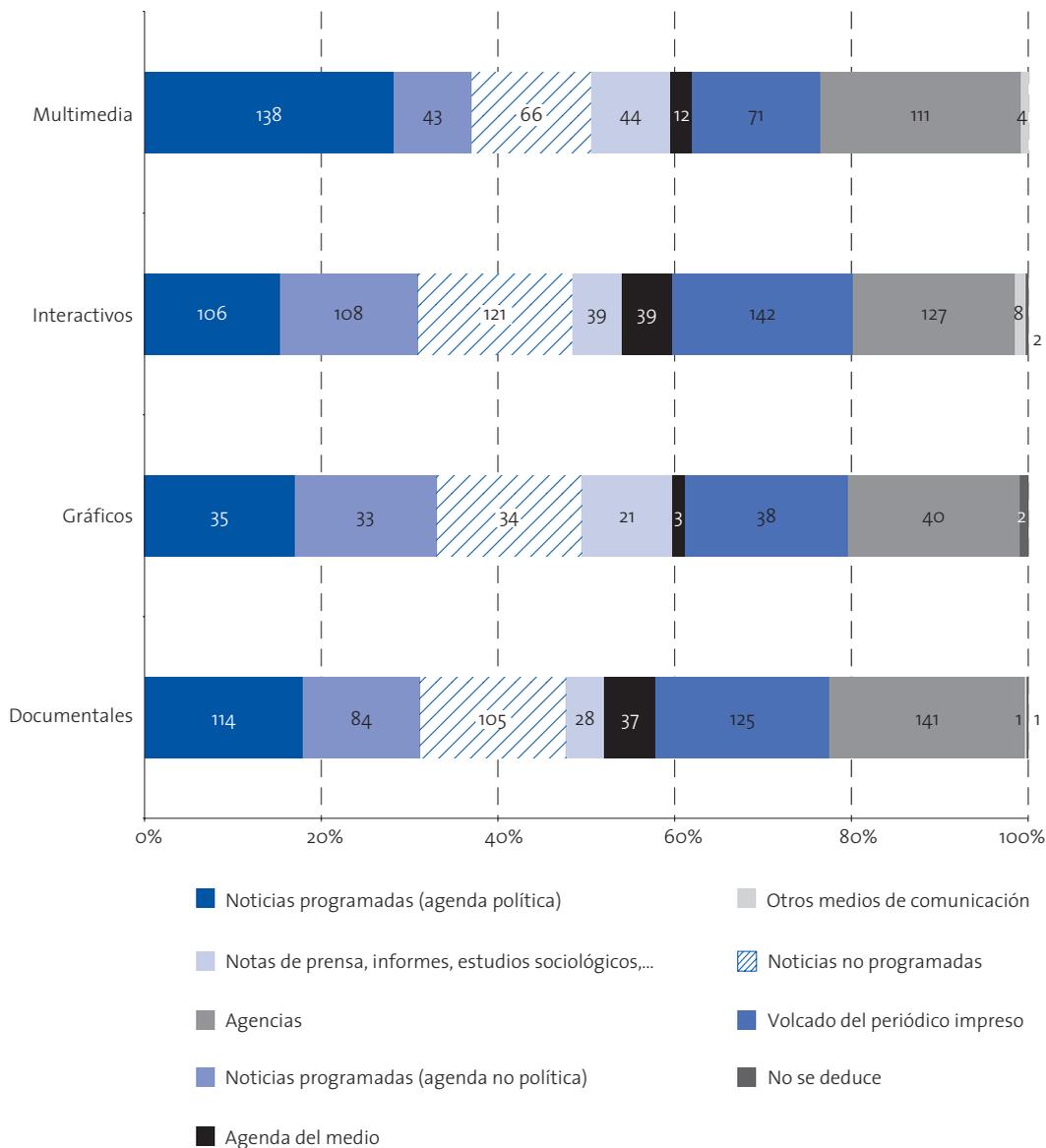


sa del diario, pueden ser los motivos de esta ausencia. De hecho, si se observan los enlaces que se utilizan para las noticias que provienen del volcado del periódico impreso, se detecta la misma tendencia: es más probable que aparezca una fotografía en portada (18,45%) que un *link* a un multimedia (14,52%). Finalmente,

cuando las noticias provienen de otros medios de comunicación apenas llevan hipervínculos y éstos son de carácter multimedia (0,82%) e interactivos (1,16%).

En consonancia con el predominio de las informaciones de agencia en temas de inmigración, los enlaces se muestran igualmente aso-

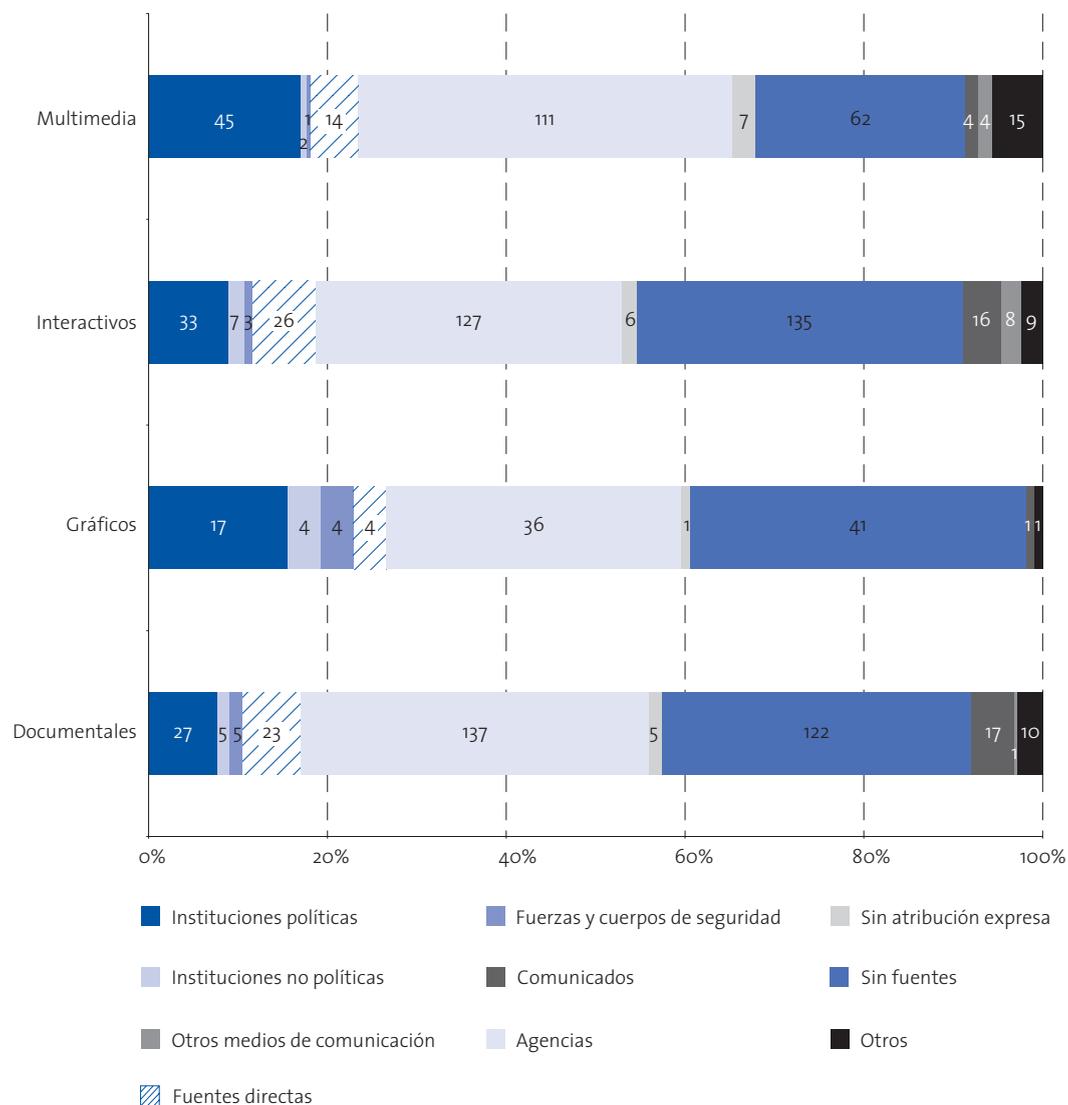
Gráfico D17. PROCEDENCIA Y ENLACE EN LAS NOTICIAS DE INMIGRACIÓN



ciados en mayor medida a este tipo de noticias. Además, a las que no llevan fuentes y a las instituciones políticas. En estas últimas se emplean menos enlaces documentales e interactivos que

multimedia y gráficos (en línea con la importancia visual que se concede a los políticos) y si se trata de instituciones no políticas se presentan menos enlaces de tipo multimedia. En el caso de

Gráfico D18. DISTRIBUCIÓN DEL TIPO DE ENLACE / FUENTE



que en la noticia no haya una atribución expresa a las fuentes, tampoco se muestran hipervínculos. Obviamente, si las fuentes no aparecen en el cuerpo de la noticia, menos aún lo harán detrás

de un enlace. Sin embargo, en el caso de fuentes directas sí se utilizan sobre todo los enlaces documental y multimedia.

BIBLIOGRAFÍA DE LA PRIMERA Y SEGUNDA PARTE

- CAIRO, A., *Infografía 2.0: visualización interactiva de información en prensa*, Logintegral, 2008.
- CHAMPAGNE, Patrick, «La visión mediática», en Pierre Bourdieu, *La miseria del mundo*, Akal, 1999.
- COLECTIVO IOÉ, *La inmigración extranjera en España*, La Caixa, 2000.
- COLOMBO, Furio, *Últimas noticias sobre el periodismo*, Anagrama, 1997.
- DEARING, James W. y ROGERS, Everett M., *Agenda-setting*, Sage Publications, 1996.
- DIEZHANDINO, M.^a P., BEZUNARTEA, O. y COCA, C., *La Elite de los Periodistas en España*, UPV, 1994.
- DIEZHANDINO, M.^a Pilar (coord.) y otros, *El periodismo en la era de Internet*, Ariel/Fundación telefónica, 2008.
- DIEZHANDINO, M.^a Pilar, *Periodismo y Poder*, Pearson, 2007.
- GIDDENS, Anthony, *Sociología*, Madrid, Alianza Universidad, 1994.
- GOODWIN, H. Eugene, *Groping for Ethics in Journalism*, Iowa State University Press, 1987.
- HAGE, G., Dennis, E. E., ISMACH, A. H., HARTGEN, S., *New Strategies for Public Affairs Reporting. Investigation, Interpretation, and Research*, Prentice Hall, 1976.
- HOYT, Michael, «The Wichita Experiment», en *Columbia Journalism Review*, julio-agosto de 1992.
- KAPUŚCIŃSKI, Ryszard, *Los cinco sentidos del periodista*, APM, 2005.
- : Ryszard, *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*, Anagrama, 2005.
- LICHTER, S. Robert., ROTHMAN, Stanley y LICHTER, Linda, *The Media Elite*, Adler & Adler Publishers Inc., 1986.
- ORTEGA Y GASSET, José, O. C., Taurus, 2005.
- PANTOJA, A., *La imagen fotográfica en la comunicación visual*, XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación, 2006.
- SAID, Edward W., *Cubriendo el Islam. Cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*, Debate, 2008.
- SANDOVAL, María Teresa, *Géneros informativos: La Noticia*, en Diaz Noci y Salaverría (coords.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel, 2003. pp. 425-448.
- SCHULZE, Ingrid, *La leyenda negra de España. Propaganda en la guerra de Flandes (1566-1584)*, Editorial Complutense, 2009.
- SIGAL, Leon, *Reporteros y funcionarios*, Gernika, 1978.
- STATE OF THE NEWS MEDIA, 2009 (www.journalism.org), *By the Project for Excellence in Journalism*.
- VILCHES, Lorenzo, *Teoría de la imagen periodística*, Barcelona, Paidós, 1997.
- YUSTE ROBLES, Bárbara, SANDOVAL MARTÍN, María Teresa y FRANCO ÁLVAREZ, Guillermina, *Uso de la fotografía y la infografía en los periódicos digitales*, 2006. Grupo de trabajo C1 –Periodismo y los nuevos medios desde una perspectiva interdisciplinar-. Actas del III Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad: Conocimiento abierto, Sociedad Libre. CD ROM e Internet: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=997&llengua=es>
- ZUNZUNEGUI, Santos, *Pensar la imagen*, Cátedra, 1989.

TERCERA PARTE. LA VOZ DE LOS PROTAGONISTAS

(I) HABLAN LOS PERIODISTAS*

Pilar Carrera

«Y pues simples errores suelen engendrar falacias, los hombres no se limitan a falsas aprehensiones, sino que sacan deducciones absurdas e inconsecuentes a partir de axiomas falaces, y de medios mal entendidos erigen conclusiones en modo alguno inferibles de sus premisas.»

T. Browne

*El material con el que se ha elaborado este capítulo procede de entrevistas realizadas a periodistas de distintos medios. Glosadas o citadas, sus consideraciones han dado pie a las reflexiones que siguen.

1. AFLUENCIA INFORMATIVA

Cuando un tema entra en la agenda mediática, de manera no coyuntural o circunstancial sino «para quedarse» (al menos durante cierto tiempo), da comienzo lo que podríamos denominar un proceso de normalización (regularización) periodística del mismo.

Durante los años 2005-2006 se produce un incremento sustancial de información noticiosa sobre temas de inmigración en los medios españoles. El mayor aflujo de inmigrantes, unido al proceso de regularización del año 2005, sucesos como los saltos a la valla de Ceuta y Melilla y la gran avalancha de cayucos a Canarias, cuyas imágenes, trágicas en tantas ocasiones, han sido profusamente emitidas por las televisiones, justificarían dicho incremento:

Una de las razones fundamentales fue la llegada masiva de pateras. La llegada de inmigrantes magrebíes, subsaharianos... Eso y el incremento de la población inmigrante entre la sociedad granadina, cada vez más notable y que supone ya un porcentaje en torno al 8% [...] Hemos pasado del «mantero» y del inmigrante que vendía CD's en la calle, al inmigrante que trabaja, que forma parte de la sociedad... (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

Otra de las razones esgrimidas por los periodistas para explicar la mayor atención concedida a la inmigración es la entrada definitiva del tema en la agenda política y, en concreto, en el repertorio de temas electorales.

Otro factor explicativo sería la paulatina toma de conciencia por parte de los medios de que «[los inmigrantes] forman parte de la ciudadanía» (Ana Bedía, *20 Minutos*).

La información sobre inmigración quedaría enmarcada en lo que, a grandes rasgos, podemos denominar «temas sociales». Es decir, esos temas que, en más ocasiones de las que sería deseable, no suelen encontrar el eco periodístico que merecen, salvo cuando pueden ser utilizados como arma de confrontación partidista. Es decir, cuando empiezan a ser filtrados por fuentes institucionales que liberan al periodista de una ardua labor de búsqueda informativa en la amalgama desestructurada y muda de la sociedad civil, con lo que el terreno para la connivencia está abonado. Un periodista, al parecer no afectado de *political correctness*, declaraba hace unos años, cuando la inmigración empezaba a convertirse en un fenómeno social en España, que a su medio la inmigración sólo le interesaba para «darle caña al Gobierno». Pero, obviamente, no hay que hacer deducciones precipitadas y concluir que toda la producción periodística ha de ser medida por semejante rasero. Como decía Max Weber:

«Corren las ideas más extravagantes sobre los periodistas y su trabajo. La mayoría de la gente no advierte que, a pesar de las diversas condiciones de producción, un buen trabajo periodístico exige tanto espíritu mental como cualquier otro trabajo intelectual, y más aún si se considera que

debe ser hecho rápido, por encargo, y con la exigencia de su eficiencia. La mayoría de la gente, puesto que sólo recuerda las consecuencias terribles de la labor periodística irresponsable, no atina a reconocer que la responsabilidad del periodista no es inferior a la del erudito, y aún es mayor [...] No se cree que la discreción del buen

periodista es mayor que la de la mayoría de la gente, y sin embargo así es. El público se ha habituado a considerar la prensa con desprecio y con una piadosa mediocridad, debido a que el periodismo moderno y las circunstancias que lo rodean están acosados por las más fuertes tentaciones».¹

1. Max Weber: *El político y el científico*, Madrid, Alianza Editorial, 1998, p. 45.

2. CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD

Las características que determinan que un acontecimiento o información relacionado con la inmigración se convierta en noticia y alcance difusión pública a través de los medios de comunicación, responderían, al decir de los periodistas, a los parámetros característicos de las rutinas mediáticas: sucesos (caso paradigmático podría ser la llegada de cayucos o algún suceso violento en el que se vean implicados inmigrantes...), política de inmigración y legislación al respecto (con el consiguiente «toma y daca» político)... Existe cierta unanimidad al considerar que los criterios de noticiabilidad serían los mismos que rigen para cualquier otro hecho noticioso, principalmente «la novedad» y «que esté pegado a la actualidad»: «No diferenciaría, en principio, las características que convierten en noticia la inmigración de las que convierten en noticia algo que sucede en cualquier otro ámbito» (Tomás Bárbulo, *El País*).

Se apunta, como algo específico del tema, al hecho de que «en principio, el que lleguen es noticia»; es decir, la llegada se convierte en suceso, especialmente en el caso de los inmigrantes subsaharianos, que alcanzan la Península tras un arriesgado periplo: «Ahora mismo que llegue un cayuco con un número determinado de personas es noticia» (Daida Rodríguez, *Canarias 7*). En este sentido, habría que diferenciar los medios canarios de otros medios nacionales, en los que el impacto informativo ha ido mermando a consuno con la «pérdida de novedad» del tema:

«Las llegadas de cayucos en el 2006, hace solo tres años, era portada un día sí y otro también. Ahora mismo llega un cayuco y ni siquiera damos la noticia, a menos que suceda algo excepcional en él, como que traiga muertos dentro» (Tomás Bárbulo, *El País*).

En resumen, se convierten en noticia los hechos relacionados con la inmigración:

Uno, cuando hay un suceso, es decir, cuando aparecen catorce muertos en las costas de Tenerife; dos, cuando tenemos un suceso en el que está involucrado un inmigrante; tres, cuando hay un interés político en cuanto a la política de inmigración, que Zapatero o Berlusconi anuncian no sé qué cosa; y cuatro, cuando hay una noticia positiva, por ejemplo, hay un inmigrante que salva a una señora en el metro, o cuando hay una información que dice que los inmigrantes contribuyen al 35% de la caja de la Seguridad Social (Ángel Expósito, *ABC*).

Como en cualquier circunstancia, cuando hay algo extraordinario, bien porque tenga que ver con menores, bien porque tenga que ver con situaciones dramáticas de los inmigrantes, bien porque pueda tener incidencia social: conflictos laborales, sociales... como en cualquier otro colectivo. Cuando algo se sale de lo normal, un problema de convivencia. En este sentido tenemos un caso reciente en un barrio de Granada donde se había producido un

reasantamiento de rumanos, una iniciativa que promovió el Ayuntamiento y el defensor del ciudadano. Ha habido quejas de los vecinos porque las condiciones de vida de los ru-

manos son muy especiales y los vecinos se quejaban por cuestiones de inseguridad, de higiene y demás. (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

3. AGENDA POLÍTICA Y AGENDA PROPIA

Preguntados los periodistas acerca de si la agenda política determina el tratamiento de los temas sobre inmigración, alguno de los entrevistados lo niega tajantemente:

«Al menos en este periódico, en absoluto. Es más, el “chau-chau” político suele quedar relegado a un segundo plano [...] Lo que intentamos es contar lo que pasa, no lo que nos dicen que pasa. Si hiciéramos caso de lo que nos dicen que pasa, tanto los del Gobierno como los de la oposición, nos estaríamos alejando de la realidad. Recogemos las declaraciones de los políticos cuando dejan ver algo más que esa propia declaración. Cuando, pongamos por caso, un político canario dice que los moros nos van a invadir, porque les han llegado cuatro pateras, (eso) lo sacamos, porque es un reflejo del caldo xenófobo que algunos partidos han ido creando en Canarias, hasta convertirla en la comunidad autónoma donde más xenofobia hay» (Tomás Bárbulo, *El País*).

En otros casos se considera que la influencia existe, pero que el grueso de la agenda la marca el medio:

«Es verdad que desde la Administración. Pública, sobre todo la Junta de Andalucía, todo lo que tiene que ver con la integración, planes y programas de integración social y laboral, digamos que orientan con cierta frecuencia la agenda. Pero no, en el caso de *Ideal* yo diría que [en este tema] la agenda la marcamos nosotros, y, por supuesto,

después hay un programa de actos que marca sobre todo la Junta. Por ejemplo, últimamente hemos estado haciendo una radiografía de la situación del inmigrante en la capital y en la provincia. Nosotros le damos mucha importancia al tema de la inmigración» (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

Sin embargo, no todos los periodistas comparten esta visión sobre el primado, en la práctica, del interés informativo sobre los intereses partidistas. Algunos reconocen abiertamente el excesivo peso del componente político en este tipo de informaciones:

«A mí me gustaría que lo político no fuera tan importante, porque considero que muchos políticos no están a la altura, sobre todo viendo el tipo de declaraciones que hacen. Pero sí tengo que tener en cuenta muchas veces lo que digan. Los titulares horribles que salen, salen por la boca de nuestros políticos y salen como noticia [...]» (Daida Rodríguez, *Canarias 7*).

La ideología se considera un elemento distorsionador, junto con otros factores de índole estrictamente «material»:

«La ideología tan marcada de un medio hace que se olvide una visión más amplia del fenómeno. Pero muchas veces, es también una cuestión de espacio. Tienes un número de páginas, un número de temas, etc. y no puedes profundizar en cier-

tas informaciones. Muchas veces el periodista se conforma con lo que ha sido noticia y no le da más vueltas al tema» (Ana Bedia, *20 Minutos*).

Se considera que la utilización partidista y tendenciosa de este tipo de informaciones es una ré-

mora en términos periodísticos y va en claro detrimento de la calidad informativa: «Siempre es mejorable [el tratamiento] y sobre todo si los políticos no tuvieran un papel tan importante, sus convocatorias, sus notas...» (Daida Rodríguez, *Canarias 7*).

4. RETOS EN EL TRATAMIENTO INFORMATIVO

Una de las cuestiones más debatidas por analistas y académicos es la de si la inmigración está recibiendo un tratamiento informativo adecuado. Los periodistas constatan algunos puntos débiles en el tratamiento del tema, siendo el más destacable la tendencia a tratarlo casi exclusivamente en términos de suceso, descontextualizando así el fenómeno y sin aportar información que permita al público la comprensión de los hechos como la punta de un iceberg cuyo cuerpo lo constituyen la conjunción de factores de índole socio-política y económica, que son los que, finalmente, dotan de sentido a los acontecimientos: «En esto, como en muchas cosas, no se tienen en cuenta las tendencias y consecuencias sociales que producen los grandes cambios» (David Álvarez, *ADN*).

Veamos algunas consideraciones al respecto:

En líneas generales no [recibe un tratamiento adecuado]. No hablo de mi periódico. A mí me preocupa mucho, sobre todo la criminalización que se hace del fenómeno de la inmigración. Me preocupa mucho que se asocie inmigración con delincuencia. Procuramos evitarlo en *Ideal*. En líneas generales los «tics» permanecen. Los inmigrantes siguen siendo «los de allí», «los otros» «los extraños», «los que ocupan puestos de trabajo...» (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

Creo que existe en ciertos medios una actitud de utilizar la inmigración vinculándola con delincuencia... vinculándola de forma implícita al paro... a cualquier problema que pueda presen-

tarse y al que pueda ser vinculada; y en otros medios existe una especie de buenismo con los inmigrantes y creo que las dos están equivocadas (Tomás Bárbulo, *El País*).

El sesgo *buenista* se considera una rémora informativa, ya que la omisión sistemática de aspectos controvertidos impediría adoptar medidas y buscar soluciones:

Se trata de aplicar a la inmigración los mismos parámetros que cuando hablas de cualquier otro fenómeno social. Que te digan «no, hay determinadas cosas de inmigración que no se tienen que contar y otras que se tienen que potenciar», me parece mal. Es verdad que hay algunos asuntos que no se tratan por no dañar la imagen de la inmigración. Alguna vez, cuando he tratado con algún responsable del Gobierno o con alguna ONG me han dicho «no por favor, eso no lo toques». Por ejemplo, en el caso del racismo que existe entre los propios inmigrantes. Es un racismo brutal entre los inmigrantes del Este de Europa hacia los latinoamericanos, de los latinoamericanos hacia los magrebíes, de los magrebíes hacia los subsaharianos. Es brutal. Y eso nunca se ha abordado. ¿Por qué? Por un malentendido buenismo y lenguaje políticamente correcto [...] Hablamos de que no haya racismo, xenofobia... entre los españoles hacia los inmigrantes, pero no hemos abordado nunca la que existe entre las distintas comunidades de inmigrantes (Tomás Bárbulo, *El País*).

Un tratamiento informativo riguroso resulta imprescindible, especialmente al tratarse de un tema que ha adquirido recientemente tintes estructurales en la conformación de una agenda mediática cuya obligación es ser espejo del devenir social (bien es cierto que ese espejo en muchas ocasiones y especialmente con algunos temas, se vuelve espejo deformante de un periodismo convertido en Callejón del Gato valleinclanesco). Tratar rigurosamente el tema implicaría:

«En primer lugar, saber geografía. Es muy difícil comprender el fenómeno de la inmigración si no tienes en la cabeza el mapa de África o el Sudeste Asiático, o si no tienes la realidad social y geográfica de determinados países como China. Al final lo que hace falta es mucha cultura política, social y geográfica» (Ángel Expósito, *ABC*).

Muy importante, en términos de calidad informativa, es el contacto con lo real, cada vez más ausente de una profesión enferma de sedentarismo –no olvidemos que no hay mejor aliado del sectarismo que la desconexión de la realidad concreta por parte del periodista–. Ausente del acontecer concreto, del contacto directo con los hechos, la tendenciosidad y el sesgo, partidista o de otro orden, se convierten en la única realidad palpable para el informador. El «directo», ese componente imprescindible de la profesión periodística, es cada

vez menos frecuente, sobre todo en este momento de apoteosis de lo vicario –«el mundo en un clic»–:

«Falta haber pisado terreno; el periodista que hace Interior o Inmigración ha estado en África, ha viajado con el ministro, pero creo que los directores, en términos generales, no, y por ello es muy importante que los directores hayamos estado en China, Congo o el Golfo de Guinea» (Ángel Expósito, *ABC*).

La búsqueda del equilibrio informativo supondría rechazar tanto la salida fácil de lo políticamente correcto como la asociación sistemática –implícita o explícita– de la inmigración con situaciones problemáticas o violentas:

Procuramos evitar denominaciones, tener cuidado con el lenguaje, a la hora de adjetivar... Y procuramos dar noticias en positivo y eso ayuda a que la gente lo vea con más normalidad. Procuramos dar informaciones por iniciativa propia, que tienen que ver con su forma de vida, con sus costumbres, con sus puntos de encuentro. No hablar sólo de los inmigrantes en cuestiones que tienen que ver con delincuencia y conflictividad. Que eso no sea lo que domine en la información sobre inmigración, lo que domine en los contenidos del periódico (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

5. ESPECIALIZACIÓN

Como hemos dicho, podemos considerar que el tema de la inmigración es «nuevo» en términos de intensidad informativa y de relevancia sociopolítica, por consiguiente podríamos preguntarnos si existe una política editorial clara en consonancia con esta novedad y esta relevancia, o no hay «directrices», aparte de las genéricas que gobiernan la actividad informativa, para el redactor que trata el tema. Las respuestas de los periodistas a esta pregunta, aun tomando en consideración las especificidades del medio para el que trabajan, apuntan a que, al parecer, no existen ni deberían existir consignas específicas, más allá de las que rigen para el resto de las informaciones y respetando las directrices del *Libro de Estilo*: «No la hay [una política editorial] al respecto. Se trabaja como con todos los contenidos» (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*). Esta afirmación choca con lo que parece ser una percepción clara por parte de los periodistas de tratamiento «sesgado» del tema (buenismo, criminalización, críticas o escepticismo respecto a los «decálogos de buenas prácticas» emanados de diversas instituciones...).

El fenómeno de la inmigración no parece haber dado lugar a una nueva forma de periodismo especializado. Se considera que la transversalidad del tema, sus repercusiones tanto sociales como económicas y políticas, dificultaría dicha especialización. Esto no quiere decir que los medios no consideren necesario cierto grado de especialización:

Aquí se creó, hace ocho años, cuando empezó fuerte el gran crecimiento del fenómeno, un dossier de inmigración. Se veía que era un fenómeno transversal y que necesitaba una cobertura especial, y entonces decidieron poner a una persona que coordinara todos los temas de inmigración. Me lo ofrecieron a mí y yo acepté. Acepté por tres años. Al principio era toda información muy focalizada en la política y muy focalizada por regiones: Madrid, Andalucía, Canarias y Barcelona. Progresivamente la inmigración se fue extendiendo y el fenómeno empezó a tener que ser cubierto por los corresponsales, que no necesariamente son expertos en inmigración ni tienen *background* en el asunto. Se limitan a contar el hecho (Tomás Bárbulo, *El País*).

No tenemos ningún especialista. Tenemos personas que hacen con más asiduidad estos temas. Sí que creo que la gente necesita completar sus conocimientos (David Álvarez, *ADN*).

Tenemos muchos especialistas en la redacción desde muchos puntos de vista. Tenemos especialistas desde el punto de vista de Interior, de temas sociales, en asuntos laborales... por lo tanto, la inmigración es tan transversal en un periódico que hay muchos especialistas, dependiendo del área. No es una sección, es mucho más, por eso tengo muchos especialistas (Ángel Expósito, *ABC*).

En general todos los redactores están capacitados, pero sí, hay un par de redactores que se ocupan más directamente y que tienen una sensibi-

lidad especial para estos temas (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

6. EL LENGUAJE

Uno de los ejes principales del debate público sobre el tratamiento informativo que los medios dan a la inmigración, así como sobre lo «acertado» o «inadecuado» del mismo, es el del lenguaje utilizado por los periodistas. Como no podría ser de otra manera, los propios periodistas, profesionales de la palabra, son los primeros en plantearse este tipo de cuestiones:

Nosotros, como política de línea editorial, nunca escribimos la palabra «ilegal». Para nosotros no son inmigrantes ilegales los que vienen. Nuestra visión es que en ese viaje que hacen para llegar a España o a cualquier otro país están gastando mucho dinero, la mayor parte de las veces vienen engañados y cuando logran llegar aquí a lo mejor se les debería de recibir o tratar mejor (Ana Bedia, 20 *Minutos*).

El campo de la inmigración es un campo muy amplio, muy delicado, muy sensible, en el que se puede dar muchísimos dobles lenguajes [...] La palabra «ilegal» sí tuve que «pelearla», pero porque ha sido una palabra tan generalizada todos estos años que se consideraba una más. Participé en un foro de periodistas en el cual llegaron a estar de acuerdo de que «ilegal» se desterraba y yo trasladé esta decisión al periódico. Pero yo soy una redactora de a pie. Afortunadamente tengo un directo y una redactora jefe que están muy sensibilizados con este tema. Porque te puedo dar ejemplos de compañeros que están en otros periódicos, que son personas que están

tanto o más implicadas que yo, con muchísima más experiencia que yo en ese área y al día siguiente leen su periódico y se echan a llorar. Porque aquí el que manda es el que manda y el que manda es el que decide. Si yo no tuviera un director que estuviera completamente sensibilizado, podría hacer millones de cosas que al día siguiente saldría otra distinta, como sé que pasa en otros medios. Yo sola no soy nada, esto es un equipo y lo que se consigue es porque todo el equipo ha peleado y ha salido adelante. Yo sólo soy una pieza más. Pero, en realidad, quienes toman las decisiones son otros (Daida Rodríguez, *Canarias 7*).

Conviene hacer una breve mención a los llamados «decálogos de buenas prácticas» –o guías para el tratamiento de la información sobre inmigración– elaborados por organizaciones e instituciones y dirigidos a los periodistas, puesto que el tema se planteó en el decurso de algunas entrevistas:

Yo creo que todo ayuda, pero que si el periodista es honesto y hace bien su trabajo, si actúa con honestidad y sí tiene clara la responsabilidad que tienen los medios en el tratamiento informativo de la inmigración, pues supongo que los «decálogos» sobran. Aunque, repito, creo que todo ayuda un poco, pero que eso [los decálogos] se puede quedar en un brindis al sol. Es más una cuestión de formación del propio periodista que de otra cosa (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

Quizá habría que considerar hasta qué punto muchos de los preceptos enunciados en estos decálogos se yerguen sobre bases poco firmes, al dar por sentado, entre otras cosas, que el Periodismo es exclusivamente cuestión de «palabras» y que si se cambian las palabras se modificarán las actitudes y las conductas. Por supuesto, las palabras son importantes, pero sin olvidar que la calidad de la información es capital:

Las palabras son el principio. El hecho de usar determinadas palabras o adjetivos sí que ayuda. Pero hay una cuestión de fondo más importante. La cuestión de fondo es lograr la sensación de normalidad, de que están perfectamente integrados, de que son parte de la sociedad, que no son «los de fuera» que han venido a ocupar mi espacio, mi terreno (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

¿Se trata simplemente de «mejorar la representación del colectivo inmigrante en los contenidos

mediáticos generales», como se apunta en uno de los mentados decálogos, o se trata de dar buena información, evitando en lo posible formas eufemísticas distorsionadoras o vacías desde el punto de vista informativo? La aplicación *naïf* de los pronuntarios «aguja hipodérmica» en muchos de estos decálogos, presupone un efecto directo estímulo-respuesta entre la información y el triste receptor pauloviano:

«Lo que produce un aumento de la imagen negativa de la inmigración en una relación directa con los discursos mediáticos y con las imágenes que se nos proyectan a diario. Es decir, la influencia de los medios de comunicación se demuestra como clave en el proceso de generación de la imagen y los estereotipos acerca del fenómeno de la inmigración.»¹

Estos presupuestos «balísticos» («directo a la cabeza del espectador»), quizá no deberían seguir siendo asumidos sin más.

1. José Carlos Sendín Gutiérrez, Patricia Izquierdo Irazo (Grupo de investigación sobre comunicación sociedad y cultura, Universidad Rey Juan Carlos): *Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento informativo de la inmigración*, Editado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, Dirección General de Integración de los Inmigrantes. Madrid, 2008, p. 3.

7. FUENTES

En el anterior Informe del Grupo PASEET, *Periodismo en la era de Internet*¹, constatábamos la profunda institucionalización del sistema de fuentes periodístico. Si consideramos el «dime con qué fuentes trabajas y te diré qué clase de periodista eres», como un posible *motto* de la profesión periodística, entonces habría que preguntarse con qué fuentes trabajan los periodistas para elaborar la información sobre inmigración. Por ejemplo, ¿funcionan los protagonistas de la noticia como fuentes? Y, de ser así, ¿qué tipo de cautelas periodísticas son requeridas al trabajar con estas fuentes?:

Sí, nosotros reclamamos mucha participación ciudadana. Si se tira de hemeroteca se puede ver cómo en muchas ocasiones son ellos los protagonistas de la noticia. Recurrimos a testimonios y son ellos mismos los que te cuentan lo que les ha pasado (Ana Bedia, *20 Minutos*).

Los periodistas están en contacto con organizaciones y asociaciones que tienen que ver con la inmigración. Están organizados. Convocan sus propias ruedas de prensa y convocan sus actividades. Cuando hay algún incidente por alguna razón de intimidación o algún abuso, están en contacto [...] Hay periodistas que están vinculados a cuestiones sociales y les conocen y contactan con ellos. No es un mundo extraño. Cuando tienen un problema acuden a nosotros con nor-

malidad (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

La dificultad con la que se encuentra cualquier individuo (especialmente si no cuenta con una plataforma institucional que tome la iniciativa de informar y sea capaz de ejercer la suficiente presión) para acceder a los medios de comunicación, se hace manifiesta también en el ámbito de la inmigración: «Necesitamos no un portavoz, pero sí fuentes representativas, que nos faltan» (David Álvarez, *ADN*).

Como ocurre en tantos otros temas sociales, el tratamiento en profundidad de este tema implicaría que los periodistas fuesen en busca de las fuentes, incoando así el proceso informativo. Tratar con rigor el ámbito de lo social implica que el propio periodista ha de convertirse, en muchas ocasiones, en portavoz, ya que a diferencia de lo que ocurre en otros terrenos, como el político y el económico, lo social no cuenta con factorías informativas, está menos institucionalizado:

«En el caso de que hagas un reportaje y te vayas a la historia humana, no la puedes hacer si no tienes al inmigrante. Si hablamos de fuentes en general, las fuentes tienen que contar con un portavoz de algún colectivo [...] [En este sentido los inmigrantes] no suelen participar porque están desorganizados» (Ángel Expósito, *ABC*).

1. Ariel-Fundación Telefónica, Madrid, 2008.

Ahora bien, al igual que ocurre con las fuentes institucionales, los testimonios de los individuos han de ser rigurosamente sopesados y verificados por parte del periodista, antes de convertirlos en un «así son las cosas». La explotación del «factor humano» no es precisamente la carta de presentación del buen periodismo:

Hay una cosa a la que se tiende mucho y sobre todo ahora que hay una gran necesidad de vender periódicos, de evitar la caída de las ventas, que es contar las cosas que le suceden a los inmigrantes como si uno hubiera estado presente, y dar por buenas las versiones que cuentan los inmigrantes. Cuando alguien llega en un cayuco a Canarias y el periodista lo coge, el periodista al día siguiente cuenta: «Fulanito salió de Mali...»

Eso es lo que dice fulanito que hizo, pero es que, entre otras cosas, a fulanito, que llega sin documentación, lo que le interesa es decir que tiene una nacionalidad distinta. A mí me parece muy bien que se cuente, pero que se cuente en boca de fulanito... Es lo que él cuenta, y generalmente el periodista tiende a ponerse en el lugar de fulanito y contarlo como si él lo hubiera visto y lo hubiera ido siguiendo todo el viaje, como si hubiera estado allí. A mí todo lo que sean declaraciones, a menos que reflejen una situación que va más allá de la mera declaración, no me parecen interesantes [...] Procuramos hablar con ellos y también procuramos no contar por nosotros mismos lo que ellos nos cuentan, sino decir quién lo ha contado. Eso es fundamental, no asumir las historias que cuentan otros (Tomás Bárbulo, *El País*).

8. ¿RACISMO, CLASISMO, MIEDO...?

Acerca del (supuesto) racismo de la sociedad española se ha vertido mucha tinta, deduciendo en ocasiones, bajo los efluvios de un tótem revolútm conceptual de *agenda setting, framing* y cognitivismo, entre otros ingredientes, que, al igual que ocurría con la princesa de la que nos hablaba Ambroise Paré, que habría dado a luz un niño negro siendo blancos ambos progenitores y sin mediar infidelidad, por haber mirado con fijeza la joven encinta un retrato de un niño negro, así se replicaría en el cerebro espongiiforme de espectadores y lectores esa «Imagen» de los inmigrantes que se postula monolítica y al parecer unitaria, cual salida de la mente de un poderoso *Big Brother*, que dicen difundida por los medios. Se ha vertido mucha tinta, pero poca ha ido a parar a aproximaciones en profundidad y basadas en estudios de campo rigurosos.

En este terreno, los presupuestos y los prejuicios pueden marcar la orientación de la cobertura informativa, no porque los periodistas sean racistas o dejen de serlo, sino por lo que consideran que su público piensa o quiere oír (de acuerdo con aquel presupuesto –descorazonador si tomamos como punto de referencia el ideal de una opinión pública formada mediante el sopesar más o menos riguroso de todas las opiniones presentes en el mercado de las ideas y los puntos de vista– según la cual lo que quiere el lector es que le digan que lo que piensa es correcto –«lo que el lector quiere es leerse», decía J. Cocteau–, y no que le ofrezcan nuevos argumentos:

«Ojalá la gente comprara todos los días varios periódicos para leer las diferentes versiones. Cada uno compra lo que va más acorde con su ideología» (Ana Bedia, *20 Minutos*).

«Si nosotros mañana preguntamos en nuestra redacción qué piensan los periodistas de la inmigración, seguro que no es lo mismo en absoluto que lo que piensa el 95% de nuestros lectores. Por lo tanto, hay que mantener un equilibrio entre la ética y lo que pensamos y [el hecho de que] esto es una empresa» (Ángel Expósito, *ABC*).

Los lectores pueden castigar al medio si no les dice lo que quieren oír, mediante el más básico de los mecanismos de retroalimentación: dejando de comprarlo y de leerlo. Cuál se entienda que sea el estado de la opinión del público al que se dirigen, condicionará en cierta medida el tratamiento dado al tema y si, por ende, consideramos que el *feedback* que reciben los periodistas de su público –más allá del índice de ventas– es más bien escaso, esta cadena de presupuestos acerca del estado de la opinión pública respecto al tema puede provocar un ejemplar diálogo de sordos.

Veamos qué opinan los periodistas sobre la existencia o no de racismo en la sociedad española:

Mi opinión personal es que hay miedo al extranjero, pero es por desinformación (Ana Bedia, *20 Minutos*).

«Yo no he visto nunca a nadie tratar mal a otra persona por su color de piel, pero sí tienen miedo a que les quiten su trabajo, a que sus hijos no tengan comedor, porque como un inmigrante tiene una peor situación económica se queda con el comedor de su hijo o la guardería, eso sí que les preocupa. Los políticos intentan enfocar eso como que la culpa es del inmigrante. Y es, sobre todo, de que no se crean suficientes guarderías, comedores, ni se crean suficientes colegios para atender a toda la demanda social. Entonces yo creo que puede ser un miedo a perder lo que se tiene. A perder la calidad de vida que se tiene por una mala gestión (Daída Rodríguez, *Canarias 7*).

Yo creo que se trata sobre todo de miedo a perder el trabajo y miedo a la inseguridad. Esto genera rechazo y el rechazo se convierte en racismo. Tiene que ver más con el tema de la inseguridad y el tema del trabajo que con el color de la piel o el idioma (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

Algunos periodistas prefieren utilizar la palabra «clasismo» en lugar de «racismo» para caracterizar la situación:

Yo creo que no es tanto racismo sino clasismo, y esto se da en casi todo el mundo. Nadie en Barcelona tiene racismo hacia un tío de Camerún que juega en el Barcelona, pero sí hacia un tío de Camerún que recoge fruta en la provincia de Lérida, y no tiene racismo hacia una atleta argelina, que es absolutamente magrebí, pero sí tiene racismo hacia el moro. Luego, no es racismo, sino clasismo. Creo que es clasismo, desde el punto de vista español. Pero, volviendo a lo de antes, algo que tenemos que tener en cuenta es la religión. La gente no es racista hacia un peruano aunque les llamemos «panchitos», porque habla tu idioma y tiene tu religión y, sin embargo, es tan inmigrante como un magrebí (Ángel Expósito, *ABC*).

El reparto de culpas y atribución de responsabilidades entre políticos, periodistas y público en general en ese singular *set* inculpatório que se juega sin fin en el seno de nuestra sociedad, es todo un clásico en el terreno de la crítica social:

No sé si los españoles son racistas. Yo pienso que son miedos infundados, fomentados por los políticos. Aquí los políticos se han pasado la vida diciendo que son muchos, que esto es un desastre, que van a traer el caos, que se están quedando con nuestro trabajo, con nuestros servicios sociales, colegios, médicos. Y yo simplemente creo que es una justificación del trabajo mal hecho. Yo creo que sí hay que invertir más y si no hay más servicios sociales pues se tienen que crear más servicios sociales, y el trabajo mal hecho no se justifica porque vengan 30.000 personas o un millón a trabajar a Canarias (Daída Rodríguez, *Canarias 7*).

Según algunos periodistas, el hecho de que en el momento actual no se pueda considerar que exista un problema de racismo en la sociedad española, no quiere decir que la situación no pueda cambiar. Los periodos de crisis económica han sido siempre un buen caldo de cultivo para este tipo de actitudes:

Yo creo que no existe un racismo para tomárselo en serio. Creo que no es un problema preocupante, pero que puede llegar a serlo, sobre todo si la situación económica sigue como parece que va a seguir, pues empeorando (Tomás Bárbulo, *El País*).

En momentos de crisis la escasez de recursos acentúa la competencia por el acceso a determinados bienes y servicios, en concreto los de titularidad pública:

Yo creo que lo que produce el racismo y la xenofobia es una mezcla de miseria e ignorancia. Creo que la mejor forma de combatirlo desde los

poderes públicos es evitando o mitigando esa «competencia» sobre todo en los servicios sociales. En el empleo es inevitable, pero en los servicios sociales es evitable. Los colegios, por ejemplo. Una familia tiene una beca de comedor porque tienen muy pocos ingresos. De repente hay inmigrantes y si un colegio tienen cien becas de comedor y los inmigrantes están en peor situación que ellos, entonces esa familia se queda sin beca de comedor. ¿Qué ocurre? Que inmediatamente, en vez de echarle la culpa a quien no ha previsto eso, le echan la culpa al inmigrante directamente. Aquí en Madrid, por ejemplo, los colegios públicos se han convertido en guetos de inmigrantes, porque nadie ha forzado a los colegios concertados a absorber una cuota mayor. ¿Qué ocurre? Pues que, efectivamente, es cierto, que la educación se ha deteriorado porque continuamente están entrando chavales en las aulas que tienen un nivel más bajo y que entran a mitad de curso... Por mucho esfuerzo que haga el profesor, el nivel de la clase baja... Finalmente, los conflictos que se producen dentro del aula

terminan trasladándose a las puertas del colegio y acaban siendo conflictos entre padres, entre, digamos, españoles de origen e inmigrantes. Eso sí se puede evitar con la responsabilidad de los poderes públicos. En el caso de la educación y de la sanidad son responsabilidad de las Comunidades Autónomas (Tomás Bárbulo, *El País*).

A la pregunta de si los distintos colectivos de inmigrantes reciben un tratamiento informativo diferente, buena parte de los periodistas entrevistados son de la opinión de que no se da tal diferenciación, aunque algunos opinan que, de hecho, sí se da:

En nuestro caso, no. Y tampoco lo he detectado en otros (Ana Bedia, *20 Minutos*).

Sí, yo creo que tiene que ver mucho con las diferentes culturas. Puede haber más prejuicios respecto a un colectivo como los rumanos que con los latinos o magrebíes. Sí, yo entiendo que no se los ve a todos igual (Juan Jesús Hernández, *Ideal de Granada*).

9. ESTEREOTIPOS

No se niega la capacidad de los medios de generar estereotipos, pero no sólo en un sentido negativo, sino, en ocasiones, de generar estereotipos de base eufemística y poco representativos de la realidad a la que hay que enfrentarse:

Sí, he coayudado a crear un estereotipo muy positivo de la inmigración. A veces más positivo de lo que en algunos casos, en alguna de las informaciones, debería haber aparecido (Tomás Bárbulo, *El País*).

Intento ayudar a crear un estereotipo positivo. No importa si es un estereotipo, siempre y cuando sea positivo y sea para ayudar. La palabra estereotipo está muy mal valorada. Si es para algo bueno, para que se sepa que el inmigrante es una persona que pasa hambre y que a 50 km, puede encontrar una situación estable. No es un delincuente, sino una persona que ayuda a esta sociedad. Intento ayudar, me preocupa que sea negativo (Daida Rodríguez, *Canarias 7*).

El primado de lo «políticamente correcto» no es el menor de los males, al entender de los periodistas, aunque sostienen que, en comparación con lo que ocurría años atrás, el hecho de que la inmigración haya sido asumida como un tema informativo de primer orden conllevaría la profundización informativa en el tema y su tratamiento riguroso, y, en consonancia, el paulatino abandono de esa forma de solventar rápidamente un tema que podemos denominar «perspectiva buenista». En periodismo, el tratamiento políticamente correcto suele ser fru-

to de una escasa implicación en el tema, de la escasa relevancia informativa concedida al mismo:

Creo que podía ocurrir hace cuatro o cinco años, pero ahora la gran mayoría de los periodistas somos conscientes de la importancia del asunto, de la gravedad del problema y de la trascendencia política-social y económica del asunto. No hay ya nadie que hable de la inmigración como un problema de buenos y malos, pues el tema es trascendental (Tomás Bárbulo, *El País*).

Se suele dar por supuesto que una aproximación maniquea al tema no es precisamente la marca del buen periodismo: Ha habido [simplificación]. Pero creo que una persona con dos dedos de frente sabe que esto no es un problema de buenos y malos (Ángel Expósito, *ABC*).

La tendencia a acusar a los medios de todos los problemas que afectan a nuestra sociedad se concreta, en el caso de la inmigración, en la acusación generalizada a los periodistas desde distintos estamentos sociales, de contribuir a la propagación de estereotipos negativos sobre la inmigración, cuando no en la simple y llana acusación de fomentar actitudes racistas. En principio, los periodistas no están de acuerdo con dicha acusación, por lo menos en lo que a su medio respecta:

Yo creo que no. Me da la impresión de que no. Últimamente se cuida mucho este tipo de información, tanto por parte de los redactores como

por parte del medio [...] Me da la impresión de que se es muy cuidadoso y que, salvo casos puntuales de tratamiento informativo inoportuno, los medios en general ayudan a la integración (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

Algunos periodistas contraponen el tratamiento «serio» del tema que, en términos generales, llevan a cabo los medios impreso y radiofónico, y el tratamiento sensacionalista dado al tema por los medios audiovisuales:

De forma general no diría que son los medios, por lo menos no los medios escritos [los que contribuyen a simplificar el fenómeno]. Tampoco creo que en general las radios. Tal vez las televisiones que buscan reportajes de impacto. Cada vez que hay una banda de inmigrantes de Europa del Este que se dedican a asaltar chalés, hacen horas y horas de programación durante varios días sobre ese asunto (Tomás Bárbulo, *El País*).

En ocasiones, se reconocen «malas prácticas» en el entorno profesional, aunque nunca en el propio medio:

Yo creo que hay medios en Canarias que fomentan la xenofobia, creo que *Canarias 7* no es uno

de ellos. Sí creo que los hay (Daida Rodríguez, *Canarias 7*).

En mi medio, sí [recibe un tratamiento adecuado]. En los demás, cada uno tendrá su política, o su línea editorial o lo tratará a su manera (Ana Bedia, *20 Minutos*).

En lo que parece existir consenso entre los periodistas es en atribuir a los políticos una buena parte de responsabilidad en la propagación de estereotipos negativos, en nombre del oportunismo o de la defensa de valores que fomentan la exclusión:

Yo creo que son las declaraciones de determinados políticos trasladadas a los medios, ésas sí que hacen mucho daño y, en concreto, hay un ejemplo de una comunidad en la que eso se ha producido, que es Canarias, en la que como reciben muchas pateras y muchos cayucos, a pesar de que allí no se queda ni uno solo de los subsaharianos que llega, salvo que sean menores, porque hay un acuerdo para trasladarlos a la Península, a pesar de eso las declaraciones de los políticos son incendiarias y los índices de xenofobia y racismo entre la población son alarmantes (Tomás Bárbulo, *El País*).

10. TARGET

La información sobre inmigración se dirige, en el caso de los medios generalistas, a un público objetivo entre el que no suelen figurar los protagonistas de la misma, esto es, los propios inmigrantes, excepto en lo que a informaciones de carácter procedimental-administrativo se refiere:

Hay informaciones escritas para ellos: tienes estas puertas, puedes acudir aquí, éstos son los papeles que puedes hacer, éstas son las salidas que tienes, no tienes que aguantar estas cosas, tú tienes estos derechos... (Tomás Bárbulo, *El País*).

Pero incluso en este sentido, como fuente de información de servicio, otros foros de Internet han liberado a los periodistas de asumir esta función:

Hay informaciones que hemos hecho aquí durante la época del proceso de regularización que eran muy útiles a los inmigrantes. Ahora, con la llegada de Internet, lo que solemos hacer es dar la información en el papel y cuando se trata por ejemplo de instrucciones para determinado papeleo, colgarlas en la web... Los inmigrantes utilizan muchísimo Internet porque eso les permite comunicarse a bajo coste con su familia, acceder a los medios de sus países y estar al tanto de la realidad de sus países, y luego de los periódicos nacionales cogen lo que les interesa, pero es que, además, tienen su propia prensa gratuita que todas las encuestas demuestran que es la más leída (Tomás Bárbulo, *El País*).

Las informaciones sobre inmigración que aparecen en estos medios van dirigidas esencialmente a la población autóctona, con la excepción de los periódicos gratuitos, que participan de otra lógica, ya que su público potencial es mucho más amplio. En este caso los inmigrantes son considerados también posibles lectores:

Intentamos escribir para ellos, pero no explícitamente para ellos (David Álvarez, *ADN*).

En nuestro caso nos leen mucho. Para nosotros es un lector más y sabemos lo que les interesa [...] Escribimos para ellos. Sabemos que son parte de nuestros lectores (Ana Bedia, *20 Minutos*).

En el caso de las tradicionales cabeceras «de pago», los inmigrantes no son considerados destinatarios de las informaciones que protagonizan:

Digamos que en la edición de papel intentamos editar una información no específicamente dirigida a inmigrantes (Tomás Bárbulo, *El País*).

Además, como público, resultan inciertos sus intereses:

Creo que lo que damos en *ABC* le interesa lo justo, si me apuras lo que le interesa es el Real Madrid o el Barcelona, Alberto Contador y el ciclismo o Fernando Alonso y, si acaso, algo que

demos de su país, pero nada más. Lo que publicamos de Barack Obama o de Zapatero con Berlusconi... le importa lo mínimo, lo que le importa

es su situación personal, su situación migratoria, su mercado de trabajo y el Real Madrid, seamos sinceros (Ángel Expósito, *ABC*).

11. CONCIENCIA SOCIAL

Cíclicamente se les exige a los periodistas, desde instancias sociales, políticas o religiosas, que contribuyan a crear «conciencia social» sobre un determinado tema. Uno de los problemas que plantea tan loable exigencia es que sus promotores son propensos a confundir intencionadamente el sermoneo con la información. Los periodistas, en general, buscan desvincular esta «conciencia social» de la moralina y el paternalismo con el que a veces se confunde:

Cuando hay un problema sí debe aportar el periodista un poco de conciencia social. Pero hay que considerar también que la gente es inteligente y es capaz de sacar sus propias conclusiones (Ana Bedia, *20 Minutos*).

La insistencia en la «mayoría de edad» del público y en su capacidad para sacar sus propias conclusiones, siempre ha sido un argumento dilecto del buen periodismo. Frente a la efusividad paternalista de políticos y gurús erigidos en voceros de una sociedad civil de la que ofrecen un retrato melifluo y ñoño, el «hecho periodístico» constituye uno de los pocos islotes del espacio público desde el que construir la imagen de un receptor autónomo y dotado de criterio:

El hecho de contar los hechos ya crea conciencia social, pero yo creo que el periodismo tiene que contar los hechos y la conciencia social se tiene que crear en la medida que el periodismo cuente hechos y (a partir de ellos ofrezca) opinio-

nes diversas o editoriales sobre esos hechos. Eso de que el periodista cree la conciencia social, la justa. El periodista tiene que contar y opinar, pero que la conciencia social se cree sola, que la gente ya es mayorcita. En cuanto al periodista que quiere colocar al dirigente del PP o que quiere dictar doctrina, la gente es mucho más inteligente, sensata y culta que todos nosotros. Por tanto, no nos creamos lo que no somos (Ángel Expósito, *ABC*).

La conciencia social ha de ser el fruto de la buena información, de la interpretación y de la opinión fundamentadas y no del adoctrinamiento. Parece obvio. Como también parece obvio que el Periodismo de calidad del futuro será aquel que aúne la inmediatez, el elemento noticioso que constituye la punta del iceberg informativo, con la contextualización de los hechos, esto es, su sentido en un marco social dado y en un momento histórico preciso. Ese dilatado territorio del sentido, oculto bajo las aguas de la actualidad, constituirá el terreno por antonomasia del buen periodismo:

Yo creo que hay distintas escalas en un medio de comunicación y en un periódico. Lo que pasa es que opinar sobre eso cuando estamos en medio de una revolución de la prensa, con Internet, es bastante complicado, pero digamos que, hablando todavía de la *Galaxia Gutenberg*, hay una parte para la información y otra parte para la opinión. Yo creo que la información puede y debe

contextualizar, pero no debe opinar. Para eso están los artículos de opinión, e incluso el mismo que hace la información puede hacer debajo una pieza de opinión. Pero mezclar las dos cosas creo que es engañar al lector. Además ahora, con la entrada de Internet, la noticia ya se suelta en Internet, luego en papel la contextualización es

más importante que antes. El problema es que contextualizar sin opinar es muy difícil. Y creo que estamos en un proceso de adaptación, de aprender a darle valor añadido a las informaciones, pero estableciendo una línea que no se debe cruzar, porque ahí ya entramos en el terreno de la opinión (Tomás Bárbulo, *El País*).

12. A MODO DE CONCLUSIÓN

Recuperemos, a ciencia cierta para desvirtuarla una vez más, aquella frase atribuida en los manuales de filosofía al obispo Berkeley: «Ser es ser percibido». En este sentido, el periodismo no «crea» la realidad, pretensión absurda y que algunos «científicos sociales» siguen defendiendo, pero sí hace entrar en el ágora aquellos temas que aborda con decisión, esto es, les procura esa forma de existencia, esa forma de lo real que es prerrogativa de la información periodística y que no existiría sin ella: la existencia pública.

Sentar las bases del debate público sobre un tema no es baladí. De la sensatez y el respeto por los hechos con la que se acometa esta empresa y prerrogativa periodística, dependerá cuán fructífero o vacuo y demagógico resulte el debate. Ni la eufemización ni la criminalización son buenas compañeras en esta empresa. Veamos, para cerrar este capítulo, diversas consideraciones y presupuestos acerca de la inmigración y de los inmigrantes que no pueden dejar de determinar el tratamiento informativo en uno u otro sentido:

Recordarle a la gente que son personas, que forman parte de nuestra sociedad, que están perfectamente integradas, que son necesarias y que no son sólo un grupo de negros que se tiran a la costa a ver si tienen una salida, sino que son personas que tienen una calidad y realidad de vida muy diferente a la canaria [...] En 2006 fue tal el impacto de las llegadas que es cierto que fue muy difícil cubrir otro área que no fueran las llegadas. [...] A mitad de año, nos dimos cuenta de

lo que estaba pasando e intentamos cambiar el chip. Intentamos trabajar más centrándonos en las personas, poniéndole nombre y apellidos. Llegó un punto en que te montabas en un taxi y te decían: «están llegando negros a montones». Y al final recibimos 12 millones de turistas al año y en el año 2006 sólo llegaron 30.000 inmigrantes. Pero se formó tal espiral que la gente empezó a preocuparse muchísimo por algo que realmente no era tan grave. No son tantas personas, se pueden atender, se pueden plantear recursos, pueden integrarse perfectamente. 30.000 personas no es algo realmente significativo frente a 12 millones de turistas. Entonces nos pusimos a trabajar intentando atenuar ese miedo, ayudar a la gente a razonar, y en ese sentido pienso que estamos trabajando bastante bien (Daida Rodríguez, *Canarias* 7).

Lo que procuramos es no criminalizar al inmigrante [...] Se trata de compensar, de conseguir un equilibrio informativo, de dar también la visión positiva. Todo dentro de una idea de integración. Supongo que será ir sembrando y se podrá recoger el fruto a corto o medio plazo. En eso estamos (Juan Jesús Hernández, *Ideal* de Granada).

Nosotros intentamos que no sean inmigrantes; son personas, y ya está (Ana Bedia, *20 Minutos*).

Hay una cosa que se dice: «Es que los inmigrantes son como nosotros» [...] Sí, efectivamente, son

como nosotros, pero no están en la misma situación que nosotros [...] Creo que eso hay que decirlo, hay que explicarlo. Naturalmente esto no es una verdad absoluta, no es aplicable al 100% de los inmigrantes, pero, en general, son personas que vienen aquí por un objetivo que es esencialmente económico, mientras que el objetivo de la gente que lleva más tiempo aquí es un objetivo vital y el objetivo económico es complementario del objetivo vital. La perspectiva buenista considera esta manera de ver las cosas, que para mí es una evidencia, políticamente incorrecta. Yo creo que eso es un error, porque tapar la realidad no hace que desaparezca, lo único que hace es que impide abordar

soluciones y que las administraciones pongan mayores recursos en asuntos de integración, pero siempre teniendo en cuenta eso, que esas personas han venido aquí por motivos esencialmente económicos. Que luego se queden y se incorporen, eso es una segunda parte. Una parte de nuestros emigrantes también se quedaron. Pero creo que no es lo mismo (Tomás Bárbulo, *El País*).

Volviendo a la cita de Thomas Browne que encabeza esta Tercera parte, no podemos dejar de reconocer lo arduo de la empresa del Periodismo digno de tal nombre: exponer a la luz pública axiomas falaces, en este como en tantos otros temas.

(II) LA VISIÓN DE LOS PROPIOS MEDIOS

Guadalupe Aguado y José Fernández-Beaumont

INTRODUCCIÓN

En los estudios cualitativos es esencial proceder a la interpretación fundada de las respuestas que dan los distintos públicos significativos consultados. Un análisis a fondo de los resultados de las entrevistas en profundidad, basadas en 29 preguntas sobre otros tantos temas críticos, realizadas a directivos o responsables de siete medios y/o programas hechos por y para inmigrantes¹ nos permite extraer conclusiones acerca del objeto de estudio analizado en esta investigación.

De acuerdo con estas premisas se recogen en este capítulo algunas de las respuestas más va-

lios que han dado los propios medios a los desafíos actuales de la comunicación sobre inmigración en España. Las respuestas se agrupan en bloques de contenidos claramente diferenciados: por una parte las referidas a lo que es noticia sobre inmigración y a su tratamiento (agenda, fuentes...) y por la otra lo referido a las funciones del Periodismo, a los cambios actuales y tendencias y en qué medida han de tener que adaptarse los medios de la inmigración a la era del Periodismo digital.

1. Se ha pasado un cuestionario de 29 preguntas a los siguientes medios: *Argipelag*, página en polaco del *Diario de Alcalá*. Responde: Bárbara Kurasz, promotora y socia fundadora de la Asociación de Polacos en España. Programa *Con todos los acentos*, de TVE2, para inmigrantes. Responde su director, José Morillas. *Latino*, semanal al servicio del colectivo de inmigrantes latinos. Responde su director editorial, Pedro Nel Valencia. *Raíz*, revista mensual con doce cabeceras dirigidas a diferentes colectivos de inmigrantes. Responde Imane Courti, directora de *Raíz* para Marruecos y África. *Roman in Lume*, medio para rumanos. Responde Cristina Linu, directora ejecutiva. *Sí se puede*, semanal dirigido a los inmigrantes en general. Responde Gonzalo Castillejo, director. *Toumai*, revista mensual dirigida al colectivo inmigrante. Responde Mónica Prat, directora general.

1. ATENCIÓN A LOS TEMAS DE INMIGRACIÓN

De acuerdo con los resultados del análisis de contenidos realizados en tiempos previos a la crisis económica se ha producido en los medios un aumento muy significativo en la atención a los temas sobre inmigración. ¿A qué se deben estos cambios teniendo en cuenta que no han llevado aparejados cambios sociales muy significativos?

Hay una razón señalada por todos: ha crecido el número de inmigrantes y la cantidad. Pero no podemos esgrimir como único argumento la cantidad. La incorporación al mercado de trabajo, la integración social y la sensibilidad sobre el tema son otras razones:

No sólo en el ámbito de las cifras macrosociológicas, sino en el contacto directo en el mundo laboral, como vecinos, como madres y padres, en las relaciones de amistad y pareja... Este encuentro no siempre es ideal, pero sí material y concreto. Por otra parte, esto ha hecho crecer la sensibilidad sobre el tema migratorio (José Morilla, director del programa para inmigrantes de TVE2 *Con todos los acentos*).

El interés coincide con el hecho de que la inmigración adquiere importancia socioeconómica y coincide también con una regularización de unos 600 inmigrantes, lo que le lleva a decir al director de *Latino*:

Para los medios en este periodo la inmigración se hizo más visible e importante en la sociedad

española, se refrendó la importancia de un montón de inmigrantes que estaban en el mercado negro, y esto animó a los empresarios de la comunicación a crear medios, al ver que había un nicho importante y en ese contexto también surge el periódico *Latino* (Pedro Nel Valencia, director del periódico *Latino*).

Al aumentar el número de inmigrantes aumentan también las necesidades de cubrir sus demandas, explícitas o implícitas, y una de ellas es la información:

Las necesidades han ido aumentando y se ha necesitado una prensa que vaya más allá que la autóctona. Las necesidades han aumentado y los inmigrantes necesitan una prensa que hable de sus problemas y que sea más específica que la de la gente autóctona (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, Marruecos y África).

En la organización de los medios autóctonos toman partida necesariamente la propia sociedad española y los propios inmigrantes puesto que se dan cuenta de que la masa crítica de posibles destinatarios de mensajes informativos específicos también crece y de igual manera ha crecido su importancia en la vida laboral y social, y también han aumentado los problemas de integración. Por otro lado, las autoridades españolas entendieron que estos nuevos vecinos necesitaban programas especiales para acelerar su adaptación a las realidades de aquí:

La propia sociedad española se ha dado cuenta de que la inmigración es un tema a tener en cuenta. Hoy representa el 10% de la población, consume y tiene necesidades. Los medios para inmigrantes tratan de cuidar al sector (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

También, los mismos inmigrantes han empezado a organizarse para defender sus derechos y para ayudarse entre sí (consultas jurídicas, bolsa de trabajo, eventos culturales, bibliotecas étnicas, etc.) y para seguir manteniendo su identidad. De esta manera, hay asociaciones y federaciones, revistas y periódicos en los idiomas de origen, etc. Se trata de una importante aportación tanto a nivel socio-laboral, como a nivel cultural que los propios inmigrantes traen a España

(Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

En parecidos términos interpreta esta situación la directora general de *Toumaï*, Mónica Prat, cuando afirma que «la inmigración ya empieza a ser un tema importante en la sociedad, con un importante crecimiento en número. Los medios específicos han ido creciendo poco a poco y ha nacido una segunda generación de medios para inmigrantes. Los inmigrantes además consumen y los anunciantes necesitan un medio para poder llegar a ellos».

Se aprecia, por lo tanto, que de forma paralela al aumento de inmigrantes ha habido una actitud activa por parte de los propios inmigrantes al mismo tiempo que ha aumentado la actitud receptiva de la sociedad.

2. ¿QUÉ ES NOTICIA EN MATERIA DE INMIGRACIÓN?

Cuando, siguiendo el hilo del aumento del interés que se toman los medios por las circunstancias que acompañan al fenómeno de la inmigración, se pregunta cuándo considera que es noticia en general un tema sobre inmigración y a qué criterios noticiosos atienden para que un tema sobre inmigración entre en la agenda del día, la mayor parte de los entrevistados inciden en la importancia de la inmigración como tema social.

No se interesan tanto por la actualidad política, económica y cultural del país de acogida o de otros países. Menos se interesan aún por cuestiones que no sean útiles, por ejemplo: determinados aspectos legales, sobre cómo usar la sanidad pública española o cómo actuar legalmente contra un empresario que abusa, por ejemplo de los trabajadores extranjeros. A los medios para inmigrantes también les resultan atractivas las noticias sobre espectáculos cercanos o muy familiares.

¿Con qué criterios eligen las noticias? Desde luego la estricta actualidad no es el criterio predominante debido en gran medida a que la mayor parte de los medios consultados son de periodicidad semanal o mensual. Para casi todos los medios un criterio predominante para elegir una noticia es aquello que les afecta debido a su carga social.

Algún directivo pone el énfasis en criterios noticiosos un tanto alejados de los habituales:

Con todos los acentos no es un programa informativo al uso. Queremos ser cronistas de la realidad migratoria desde los ojos de la oportunidad

y la integración. Uno de nuestros objetivos es, por tanto, contribuir a que las personas inmigradas encuentren un hueco de respeto y comprensión en la sociedad de acogida, darles voz. Para ello también necesitamos visualizar a los inmigrantes de forma distinta a la que suelen dar en los noticiarios. Intentamos romper ciertos tópicos creados sobre ellos y aportar una mirada desde la ciudadanía y la riqueza que supone el encuentro de gentes con distintos orígenes y bagajes culturales (José Morilla, directo de *Con todos los acentos*).

Para Morilla, la noticia se da si es realmente de interés para los inmigrantes, si les afecta o contribuye a cambiar en algo su realidad, si les ayuda a contemplar a las personas o al fenómeno migratorio de forma distinta; si es necesario para salir al paso de ciertos tópicos o malas interpretaciones sobre la inmigración y si es una aportación o trabaja a favor del encuentro y el mestizaje. En definitiva, la condición de noticia la miden en cuanto aporta algo positivo.

En el área de las publicaciones latinas lo más importante es precisamente todo aquello que tiene que ver con lo latino, que, a la hora de traducirlo a criterios noticiosos se formula como proximidad o cercanía:

Latino está dirigido a latinoamericanos que están en España y es noticia todo lo que les afecte para bien o para mal. Al igual que un periódico generalista que pueda estar dirigido a todo un

público español, toda noticia que se refiera a política en general y en nuestro caso noticias de inmigración que tengan que ver con un gobierno es de gran importancia y todo lo que ayude en su vida cotidiana, como la oferta de empleo. También es importante todo lo que tenga que ver con sus países, los inmigrantes están muy vinculados a sus países y noticias macroeconómicas o macropolíticas que se refieran a sus países son importantes.

Buscamos un criterio, además del temático, de proximidad y cercanía. Dar información para saber vivir y para que sepan cómo marcha la política migratoria de España y Europa. Hay un ser latinoamericano con unas condiciones y características culturales diferentes al europeo, una forma de ver la vida. Para ellos es importante en ese sentido de cercanía sus fiestas, sus artistas, sus deportistas (Pedro Nel Valencia, director de *Latino*).

El criterio de la actualidad mensual es tenido en cuenta por la dirección de la revista *Raíz*. Así lo explica su directora Imane Courti:

Se abordan temas a nivel de colectivos, como cambio de leyes, acuerdos con países, etc. Siempre dando continuidad. Se buscan noticias con duración de vida de al menos un mes. En la agenda del día entran noticias referidas a festivales, casos específicos para inmigrantes marroquíes y africanos.

También esgrime esta misma directriz Mónica Prat, directora general de *Tourmaï*:

Nosotros hablamos siempre sobre inmigración. No estamos ligados a la actualidad. Intentamos tratar temas analizando lo que está pasando, sin estar ligados a la actualidad del día a día.

La visión de los medios rumanos se centra más en aspectos jurídicos. A este respecto señala Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*:

En *Roman in Lume* estamos muy pendientes de los cambios a nivel legislativo (teniendo en cuenta que en los últimos años la ley de extranjería ha cambiado varias veces) y sobre todo en la actual situación de crisis cuando los inmigrantes son los primeros afectados. En el caso particular de los rumanos, a principio del 2007 cambiamos de estatus —siendo ciudadanos comunitarios pero no de pleno derecho—, situación que creó una tremenda necesidad de información entre la población rumana de España, y también, entre los mismos españoles. Por otro lado, si para la prensa española es noticia cualquier robo o infracción cometida por los inmigrantes, nosotros preferimos trabajar más las noticias relacionadas con los aspectos sociales y laborales, culturales y de integración.

De acuerdo con estos supuestos, es normal que entre los criterios noticiosos que asumen se encuentre el de centrarse en los temas que afectan a los rumanos en el entorno de comunidad: cambios legislativos, declaraciones de los políticos, nuevas decisiones, subvenciones e inversiones del Estado en niveles locales y nacionales, en programas de inmigración promovidos por ayuntamientos y centros hispano-rumanos.

Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*, introduce una visión paradójica en lo que es noticia sobre la inmigración:

Es noticia la que no suele ser noticia en los medios generalistas. Son historias corrientes con valor para un inmigrante. No hace falta que sea algo con una repercusión extraordinaria. Se considera noticia la actualidad política, social y económica de interés para el inmigrante. Las historias personales sirven de espejo para ver que sí se puede. En consecuencia uno de los criterios fundamentales para dar algo como noticia es atender al sentido común. Nos consideramos un medio local. Vemos lo que hacen los inmigrantes en nuestras calles, más que en sus países de origen. El criterio más importante es lo local, añade Castillejo.

3. INFLUENCIAS SOBRE LA AGENDA

Hay algo que tienen muy claro los responsables de los medios para inmigrantes en el proceso de construcción de la información: que no pueden dejarse influir en este proceso por la agenda de la política, es decir, por la información suministrada desde las fuentes políticas (salvo en aquellas cuestiones que afectan directamente a los inmigrantes). Frente a esta amenaza que afecta habitualmente a los medios en general, los medios para inmigrantes más bien tratan de recolectar la información con sus propios recursos.

«Nos preocupamos más que de la influencia de los actos políticos de nuestras actividades, de los temas locales, de actos de información y de servicios», asegura Bárbara Kurasz, de *Argipelag*. La promotora de esta página polaca del *Diario de Alcalá* niega categóricamente que la propia búsqueda de las informaciones quede marginada ante el cúmulo de convocatorias, notas, comunicados... que lleguen de fuera del propio medio y que le obligan a conformar su agenda.

Algunos medios que quizá no disponen de suficientes recursos para afrontar la información con propios efectivos someten a un filtrado adecuado a sus necesidades las informaciones de la política:

No salimos al paso de todas las declaraciones, las filtramos y sólo recogemos aquellas que repercutan, o puedan repercutir de forma concreta en la población inmigrante. Nuestras búsquedas son el 90% de la materia prima con la que elaboramos el programa. Las convocatorias casi nunca

son objetos noticiosos para nosotros; tal vez, los personajes o las historias que de ellas se desprenden o que se pueden conocer a través de ella, y siempre sometidos a los criterios anteriores (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Cumplir el compromiso de construir y ejecutar la agenda propia a veces no resulta tan problemático, sobre todo si se cuenta con directrices concretas como en el caso de *Latino*. «Para *Latino* es más importante su agenda propia. Es un criterio marcado desde el propio consejo editorial» (Pedro Nel Valencia, director de *Latino*). Sin dejar de lado la parte política, este medio trata de mirar los temas desde el punto de vista del inmigrante «más como reacción al tema que como noticia en sí». «Buscamos la interpretación, pues al ser un semanario a veces la noticia en sí no tiene tanta importancia.». Añade así Nel Valencia el factor interpretación como elemento más del quehacer periodístico.

A veces lo social y cultural se contrapone con lo político en la construcción de la agenda:

En *Raíz* edición Marruecos intentamos dejar aparte temas políticos, es una revista social y cultural. Pero si hay un tema de actualidad que es político y afecta al inmigrante sí lo sacamos (Imane Courti, directora de *Raíz*).

El medio *Roman in Lume* tiene también su particular forma de ordenar la información:

Lo político afecta a la comunidad de manera directa y múltiple, pero también las historias que nosotros encontramos van ilustrando lo que pasa dentro de la comunidad y ayuda a que los rumanos conozcan mejor su entorno, tanto en la comunidad, como en el contexto de la sociedad española (Cristina Linu, directora ejecutiva). Estamos manteniendo un equilibrio entre todo lo que pasa, explicamos en rumano lo más importante de la vida social, política y económica española que afecta a los rumanos y acordamos espacios generosos a nuestras propias historias, pero siempre damos prioridad a lo que más nos afecta.

Otros directivos insisten en que las informaciones se hacen de acuerdo con criterios propios. Así Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*:

Tratamos de no limitarnos a que la gente sea oficial, aunque hay cercanía con la administración, surgimos con la intención de dar voz a quienes no tenían acceso a medios generalistas – y cuando se le pregunta si sus propias búsquedas no han quedado marginadas ante el cúmulo de convocatorias, notas, comunicados, etc., que le llegan de fuera, responde: Intentamos que no sea así, aunque es un trabajo arduo, pues las asociaciones de inmigrantes aún carecen de la importancia de la comunicación.

4. TRATAMIENTO DE CONTENIDOS

Los contenidos son la materia prima de los medios y también de este trabajo. Por eso es necesario preguntar a los directivos y responsables de medios para inmigrantes si consideran que la inmigración y cuanto se genera de ella recibe un tratamiento informativo adecuado. Pero, además, conviene saber si ese tratamiento es mejorable y en qué medida.

Para completar las pretendidas mejoras conviene saber las lagunas que deberían cubrirse para lograr reflejar adecuadamente las distintas situaciones que se convierten en noticia y tener muy en cuenta la trascendencia que puede tener un tratamiento sesgado de una materia que generan muchas discrepancias.

Por otra parte, conviene saber también en qué medida las decisiones de lo que es noticia descansan en el criterio del propio periodista o en el criterio del medio. Además ese periodista que trabaja en un medio para inmigrantes ¿es o debe ser un especialista en materia de inmigración? Como colofón para el área de contenidos habrá que preguntar, por lo tanto, a los directivos si se escribe sobre los inmigrantes o para los inmigrantes.

En cuanto a si es adecuado o no el tratamiento que recibe como noticia en los medios el hecho de la inmigración se registra una opinión unánime, sin fisuras: el tratamiento no es el adecuado. Algunos incluso aportan explicaciones:

No. Es suficiente con ver los periódicos y apreciar que el tratamiento es muy diferente dependiendo del medio. Está politizado. Se subrayan dife-

rentes cosas según la fuente (Bárbara Kurasz. *Argipelag*).

No, como ocurre con la mayoría de temas últimamente, los responsables de los informativos o de las cadenas buscan más la noticia fácil que «levante audiencia», aun a costa de caer en la falta de rigurosidad o el amarillismo, que en aportar información rigurosa y bien tratada, porque supone más gastos, más esfuerzos en comprensión del problema y tiempo de preparación. Apenas hay claves y se descuida el tratamiento a fondo de los asuntos, como regla general (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Creo que no recibe un tratamiento informativo adecuado. En España al ser un fenómeno nuevo los medios no están preparados, no tienen los periodistas preparados y con la sensibilidad suficiente para este tema. Los medios no están concienciados sobre cómo tratar al inmigrante. Se dan enfoques erróneos, se aborda con sensacionalismo. Los que buscamos más este público y venimos de los mismos colectivos tenemos más sensibilidad y conectamos mejor con ellos (Pedro Nel Valencia. *Latino*).

Falta de información adecuada

Otros directivos se quejan de que, a pesar del tiempo transcurrido, quizá debido a los problemas del idioma, muchos inmigrantes no tienen la informa-

ción adecuada. Es el caso de los marroquíes y africanos. Es un ejemplo concreto de que los inmigrantes no reciben una información adecuada.

Cristina Linu, de *Roman in Lume*, señala a este respecto: «Por parte de la prensa española, sinceramente no existe una información adecuada, ya que ésta se centra mucho más en las noticias de infracciones que en otras cosas –muchas otras– relacionadas con la inmigración. Por otro lado, los comentarios y la manera muy subjetiva en presentar aspectos de la realidad migratoria afectan a la comunidad en el trato que el ciudadano de la calle le da al inmigrante, y a la imagen, en general, de los inmigrantes, ya que a veces, se confunde la inmigración con la delincuencia.»

De acuerdo con la visión de este medio rumano el trabajo sin papeles, sin contratos y poco pagado es tolerado, pero no cuando un inmigrante pide sus derechos, ya que en esta situación, pocos derechos tiene. «A veces representantes de la Policía o Guardia Civil (de lo que nos cuentan nuestros lectores) tratan de manera abusiva a los rumanos (no les reconocen los derechos derivados del estatuto de ciudadano comunitario) o actúan con mala fe» (Cristina Linu, de *Roman in Lume*).

A la hora de contestar a esta cuestión del tratamiento adecuado cabría diferenciar los medios, como hace Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*:

Habría que diferenciar entre tratamiento de medios generalistas y los dirigidos a inmigrantes. Los generalistas comienzan a darse cuenta de que no se puede tratar de forma negativa la información de inmigrantes. Comienza a haber un acercamiento a la inmigración positiva. En el caso de medios para inmigrantes desde el primer día todos hemos apostado por fomentar la integración, aunque hay diferencias entre líneas editoriales.

No todo es negativo. Existen síntomas de cambio, como señala Mónica Prat, directora general de *Toumai*: «En los medios generalistas poco a poco

se está mejorando. Pero hasta hace unos meses la inmigración la trataban como un problema. Siempre que se trataba de inmigración era para dar noticias negativas. Eso se está cambiando. En los medios específicos del sector hay de todo. Hay quien trata temas con sensibilidad, también los hay radicales, les presentan una utopía (por ejemplo, papeles para todos) y eso es negativo, ya que la realidad no es ésa.»

Tratamiento mejorable

El tratamiento de los contenidos es mejorable y así lo admiten todos los entrevistados, pero otra cuestión bien distinta es proponer medidas concretas para mejorarlos. En este tema no entran muy a fondo los responsables de medios. La observación que hace José Morilla, de *Con todos los acentos*, exigiendo autocrítica a los propios medios puede resultar valiosa: «Sería necesario que hubiera un proceso autocrítico sobre el papel de los medios actualmente, sus objetivos y parámetros ideológicos-filosóficos (no políticos) sobre el que se asientan su labor y criterios. Son intolerables muchas cosas que estamos viendo en televisión, incluyendo la televisión pública, y esto es lo más grave.»

Los directivos de medios de inmigración entran, sin embargo, en el juego de las mejoras cuando se les pide que indiquen las lagunas que deberían cubrirse para lograr reflejar adecuadamente las distintas situaciones que se convierten en noticia. Es entonces cuando señalan que hay que tratar los temas normales y locales, que hay que aplicar normas de ética e incluso un libro de estilo propio y que hay que utilizar más fuentes o que hay que incluir más análisis y temas que interesen más directamente al inmigrante.

Dice Bárbara Kurasz sobre este tema: «A lo morboso van todos los medios y se podrían tratar más temas normales. Habría que hablar de costumbres y acercar los inmigrantes a la sociedad. Nuestro empeño estaba encaminado en dos direcciones: una era dirigirnos a la comunidad, tratar cosas lo-

cales, y otra era que nos conocieran los habitantes de Alcalá, donde se edita y difunde el medio.»

Algunos echan en falta una multiplicidad de voces, es decir, que consulten más fuentes y expertos. «Cuando el ministro de Trabajo dice que va a repatriar un millón de inmigrantes eso hay que confrontarlo en la calle con las voces de los inmigrantes. Lo primero que piensa el inmigrante es cómo está su país, si han cambiado las circunstancias que le llevaron a inmigrar, si ha habido que luchar mucho por un permiso de residencia», apunta el director editorial de *Latino*. ¿Cómo intenta mejorar estas lagunas? «Nosotros estamos en la calle, le metemos la lupa a los temas como lo que dijo el ministro de Trabajo, preguntamos a los inmigrantes y consultamos con expertos de inmigración», añade.

A propósito de los expertos, cuando se le pregunta a Nel Valencia si tienen algún especialista específico en temas de inmigración y si no es así si contempla la necesidad de una formación muy centrada en este campo, responde: «Sí [lo tenemos], quien maneja los temas de inmigración, leyes y colectivos, es una periodista especializada en extranjería y en inmigrantes. También todos somos un poco expertos.»

En algún caso, las deficiencias en el tratamiento de los contenidos se centran en las distintas visiones del terrorismo internacional que a veces se tiende a confundir con un determinado grupo religioso:

Por ejemplo, hay muchas noticias sobre terrorismo, y cada vez, como portavoz de los marroquíes que están aquí, sacan a la Junta Islámica para hablar de nuestro colectivo, pero ella no representa a todo nuestro colectivo. Hay otras personas que pueden dar su punto de vista, pero siempre sacan a la misma entidad. Por ello la sociedad de acogida nos considera antes musulmanes que ciudadanos. Hay que dar la palabra a varios colectivos de inmigrantes, que hay muchísimos. Por esto en la revista *Raíz* tenemos una parte dedicada a «Perfil», para dar diversos puntos de vista, por ejemplo de una persona normal

y corriente sobre temas sociales y políticos (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Diversificación y análisis

Diversificar las fuentes también ayudaría a resolver las lagunas: «Debiéramos hacer un esfuerzo todos los medios en no limitarnos a utilizar siempre las mismas fuentes, y tener en cuenta que mucha gente no representa a todo el colectivo. ¿Cómo lo podríamos mejorar? Acercándonos a todas las asociaciones, pero las asociaciones tienen perfiles políticos y hay que buscar el equilibrio. También hay que salir a la calle y preguntar al inmigrante». (Gonzalo Castillejo, director de *Si se puede*).

Una propuesta sólida la hace, en este sentido, la directora general de *Toumaï*:

En medios generalistas hay muchas lagunas. No se tratan los temas de forma positiva, lo que hacen los inmigrantes de forma positiva para la sociedad. Hay muchas cosas que no son noticias por su actualidad pero sí son interesantes, por ejemplo temas sobre las mujeres inmigrantes que cuidan de españoles. Nosotros por ejemplo sabemos que deberíamos tratar más temas de carácter internacional, pero por cuestiones de periodicidad corremos el riesgo de quedar desfasados.

Y para mejorar estas lagunas Mónica Prat propone: «A veces tenemos que ir más al análisis, ir a un punto de vista externo. Hay ocasiones en las que nos cuesta centrarnos en el día a día por el desfase temporal, y nos encontramos con cosas que aunque son importantes no podemos sacar por nuestra periodicidad, aunque nos da pena, ya que, por ejemplo, en numerosas ocasiones son actividades detrás de las que hay un gran esfuerzo de organizaciones de inmigrantes.»

Donde existe total unanimidad es en la respuesta a la pregunta: «¿Piensa que sus informaciones

pueden o deben interesar a los propios inmigrantes o escribe sobre ellos pero no para ellos?» Todos contestan que escriben para ellos, aunque alguno matiza que además de «para ellos» escribe para todos.

Tratamiento sesgado

En las informaciones sobre inmigración con frecuencia se aprecian determinadas posiciones procedentes de estereotipos. Los directivos de medios para inmigrantes responden de distinta manera a la pregunta de si han considerado la trascendencia que puede tener un tratamiento sesgado de un tema que genera tantas discrepancias.

«Un tratamiento sesgado es origen de muchos problemas. En *Latino* buscamos dar todo, también lo malo. Es importante la autocrítica dentro de los colectivos inmigrantes», afirma el director de esta publicación. En alguna medida este tema está conectado con la política editorial del medio. Lo explica Nel Valencia en los siguientes términos:

La política editorial del periódico está muy marcada por el modelo editorial que creamos antes de salir. Al ser un semanario también hemos creado un estilo que se aparta mucho de los diarios. Tratamos de tener un tema más de fondo que un diario gratuito, ser un semanario de permanencia con más crónica, reportaje y temas más contextualizados que en un gratuito.

Para transmitir una información de calidad algunos medios recurren a determinadas ayudas de especialistas: «Tenemos mucho cuidado antes de escribir. Intentamos que no se perjudique a nadie. Se consulta con abogados, asociaciones de trabajadores, asociaciones de inmigrantes antes de

publicar algo» (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

El tipo de destinatario de las informaciones para inmigrantes es un factor a tener en cuenta. «Hay mucha diferencia en cómo se trata la información. Hay que tener en cuenta el tipo de lector, que son gente influenciable, más porque dan mucha credibilidad a los medios dirigidos a ellos. Hay que dejarles que ellos interpreten la información. En *Si se puede* tenemos una línea editorial de defensa y respeto del inmigrante. A nivel político en algunas ocasiones nos posicionamos, pero lo que nos interesa es lo que hace la Administración por el inmigrante. Tenemos ediciones en Madrid, Cataluña y Valencia y no tenemos problemas en criticar siempre en defensa del inmigrante. En Madrid nos critican por estar cerca del PP y en Valencia del PSOE, y en Cataluña que somos catalanistas, lo que nos induce a pensar que estamos en equilibrio» (Gonzalo Castillejo).

Obviamente, a los directivos les preocupa la opinión que puedan tener los lectores de sus medios. Lo esquematiza de forma certera Mónica Prat: «Nos preocupa la opinión que tengan los lectores de la revista. Yo no sé el alcance que podemos tener nosotros, pero por las notas que recibimos sabemos que algo de influencia tenemos. Hay que ser responsable y no crear ni pánico ni excesivas esperanzas.»

Para crear y difundir contenidos de calidad conviene contar con redactores especializados en temas de inmigración. Pues bien, casi todos los directivos entrevistados responden señalando que tienen esos especialistas o que los periodistas que trabajan en esos medios se han especializado mediante el ejercicio de la profesión durante años. Esta labor se complementa con las asesorías permanentes de otros especialistas no periodistas como abogados, asistentes sociales...

5. DIFERENCIAS INFORMATIVAS SEGÚN EL ORIGEN

Según se desprende de las diversas declaraciones que se han ido recogiendo en el estudio, los inmigrantes y las noticias que de su situación se derivan reciben distinto tratamiento dependiendo de la procedencia. Entre los factores que propician dicha situación destacan las diferencias en el idioma, las diferencias culturales y la religión.

Los medios han terminado por reflejar las fobias y miedos de la sociedad de acogida. No se trata igual a subsaharianos, árabes, etc. Es lamentable, pero hay el mensaje de que el latinoamericano se puede integrar mejor por su idioma y el mensaje de que el musulmán es el desconocido, el de otro idioma, el de otra religión, y se asocia a catástrofes recientes de terrorismo. Creo que sí hay una discriminación en los medios es el reflejo de la propia sociedad europea o española. (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

El colectivo más favorecido en este sentido es el de los latinoamericanos, en tanto que los peor tratados son los subsaharianos y marroquíes. «Los subsaharianos son los peor tratados y después los marroquíes. Creo que no es mala intención sino desconocimiento, en lo que influye el no hablar el mismo idioma, la diferencia cultural y la religión. Por ejemplo, en este sentido, hay muchas asociaciones latinas. Los medios de comunicación en francés y árabe son muy pocos. Hay un vacío de servicios para africanos y marroquíes. He colaborado

con asociaciones y quieren ayudar pero se encuentran con la dificultad del idioma» (Imane Courti, Directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Hay una clara diferencia, especialmente entre latinoamericanos y marroquíes. La inmigración hispanoamericana está mejor vista, se acepta mejor y las noticias positivas siempre salen con ellos. El tratamiento de la información hace que la percepción de los españoles sea distinta. El tratamiento que se da a los marroquíes, por ejemplo, es totalmente diferente que el que se da a los latinos. Hay que hacer que eso no ocurra pues crea caldos de cultivos. En cuanto a los países del Este, los rumanos de etnia gitana son los que más recelos crean (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Creo que la mirada que tenemos sobre los inmigrantes está llena de tópicos y de prejuicios, de lo que no están exentos los medios (ni creo que, como regla general, las hayan debatido y purgado en las redacciones). En términos generales, hay más empatía respecto a ciertas procedencias, como la latina, debido a la cercanía cultural, que a otras como la magrebí, que despierta ciertos recelos, aunque se considera al latino como «vago», sobre todo a los varones. Con los rumanos y «los del Este» los sentimientos son ambivalentes, por un lado se parecen más a nosotros, son buenos trabajadores, tienen preparación, pero está el miedo a las mafias. Con el negro

subsahariano también existe una desconfianza latente y un rechazo a la mezcla de sangre acusado. Los chinos se tratan como un caso aparte. En cualquier caso, y pese a las particularidades, considero que se ve a los inmigrantes como unos «pobrecitos» de una clase o extracción social inferior a la nuestra. Esto se pone de manifiesto en el tratamiento visual e informativo ¿Cuántas veces se ha mostrado un negro subsahariano profesor de alguna universidad española? ¿O un destacado científico de CSIC latino? ¿O una concertista de piano de ascendencia china?... Y ¿por qué no? Nosotros lo hacemos, también otros compañeros, pero todavía es demasiado poco (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Cristina Linu matiza que las diferencias por parte de los medios se manifiestan «entre el tratamiento que reciben las noticias de inmigrantes no comunitarios y los comunitarios» (directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Según señala Bárbara Kurasz a ello se une, por otro lado, la costumbre de poner etiquetas que establecen clasificaciones y prejuicios según las nacionalidades: «Se ponen etiquetas. Que si los de Europa del Este son más cultos, que a los subsaharianos les faltan vacunas, que si los latinos son bajitos... pero con los latinoamericanos hay una obligación por razones lingüísticas, además se ve que ellos lo tienen más fácil para obtener la doble nacionalidad» (Promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

6. LOS INMIGRANTES COMO FUENTES

La preocupación de los medios especializados en inmigración por dar una visión lo más cercana a las necesidades de sus públicos, ha fomentado el que por parte de dichos medios no sólo se dediquen tiempos y espacios para difundir la voz de los inmigrantes, sino que también se recurra a ellos como fuentes informativas.

Los inmigrantes son la fuente informativa principal para nosotros, no queremos tener fuentes oficiosas. Las ONG se miran con cuidado, aunque también están integradas por inmigrantes y hay que consultarlas. Hacemos encuestas a los inmigrantes, tienen una página del lector, aparece mucho su voz. Tenemos una sección que es Perfil Latino, para destacar a personas con una labor importante en su vida personal o que hace un esfuerzo por ayudar a los demás. Aparece mucho la voz de los inmigrantes (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Para la mayoría de los temas cuento con gente de Marruecos, sobre todo con mujeres que me piden abordar temas. Muchos temas salen del propio inmigrante (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Entre las fuentes utilizadas desempeñan un papel fundamental las asociaciones de inmigrantes como voces de referencia, al igual que sucede con las embajadas, tal y como matiza Gonzalo Castillejo: «Cuando hay informaciones políticas intentamos reflejar qué piensan las asociaciones y perso-

nas. Otras veces ellos te nutren de información. Te sirven para encontrar noticias. Tenemos también contacto con embajadas, que facilitan información. Los consulados desarrollan actividades que muchas veces los medios generalistas no dan y que son interesantes de ser conocidas también por la población española» (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Entre las fuentes con que trabajamos se encuentran las autoridades rumanas en España (embajada y los consulados), las asociaciones rumanas, y los líderes de opinión de la comunidad, pero siempre contrastamos la información con otras fuentes (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Es destacable, en este sentido, cómo el papel a desempeñar por los propios inmigrantes en el sector de los medios de comunicación ha ido más allá de ser meras audiencias, hasta convertirse no solamente en fuentes, sino también en personal cualificado integrando la plantilla de los propios medios. En este campo destacan medios como *Roman in Lume*, que según declara su directora ejecutiva, Cristina Linu, se caracterizan por contar con una plantilla de personal integrada básicamente por inmigrantes: «Tenemos la mayoría de los redactores de origen rumano.»

Nosotros tenemos de todo en la revista, somos una mezcla. Procuramos que redactores y colaboradores sean inmigrantes, pero si un español

está preparado también lo cogemos. Aquí los directores son españoles, pero los redactores son venezolanos, búlgaros, marroquíes y rumanos. Las voces de los inmigrantes son fundamentales. Siempre sacamos a los lectores. Creemos que ellos son la base fundamental de la información.

Nosotros tenemos el Club Toumaï, abordamos temas en los que ellos son los protagonistas, hablamos con ellos, sacamos sus fotos. Ellos se sienten protagonistas, se ve que es un medio cercano y eso es fundamental (Mónica Prat, directora general de *Toumaï*).

7. LOS ESTEREOTIPOS

Una inquietud común en quienes dirigen medios especializados en inmigración es cómo abordar el tratamiento de los temas sin fomentar la creación de determinados estereotipos que puedan condicionar los procesos de acogida e integración.

En el caso de *Latino* yo diría que la conciencia está tranquila por no haber una manipulación previamente dictada para crear un estereotipo (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

En dicho sentido hay temáticas como la de la integración, en las que se corre un mayor riesgo de mostrar estereotipos, en algunos casos como consecuencia de dejarse llevar por las buenas intenciones en el afán de alentar a los recién llegados.

Siempre hablamos del perfil del inmigrante integrado, pero una gran parte no se ha integrado. Veo que mi revista es demasiado optimista. Intento dar cosas positivas y dejo un poco aparte otras realidades (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Otros trabajan por acabar con los estereotipos previamente creados: «Intentamos romper ciertos estereotipos que distorsionan la realidad y provocan reacciones y relaciones sociales injustas» (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Pero más allá de los estereotipos, por lo que muchos parecen decantarse es por transmitir una imagen positiva de la inmigración:

No sé qué imagen reflejamos del inmigrante. En cualquier caso si quisiéramos transmitirla sería positiva, con sus virtudes, defectos y diferencias (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Les hemos tratado con respeto y cariño y eso se nota en la información, en cómo la buscamos y en cómo la escribimos (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Intentamos presentarnos de la mejor manera, pero de la más cercana a la verdad (Bárbara Kurasz, promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

8. LOS RIESGOS DE FOMENTAR EL RACISMO

Una cuestión clave en los medios es reflexionar sobre los tratamientos informativos que puedan propiciar situaciones de racismo y temor al otro. A lo que contribuye el hábito de asociar los hechos noticiosos con los países de origen.

En la prensa no me gusta que cada vez que sale un marroquí es para dar una noticia sobre un robo, terrorismo, etc., y pocas veces para dar una noticia positiva, aunque hay gente que hace cosas interesantes, eso no sale. También hay medios que intentan fomentar este ambiente sin estar basado en ningún caso concreto (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Necesaria, en este sentido, es la reflexión sobre la simplificación de acatar la visión políticamente correcta de un conflicto entre «ellos» y «nosotros», el maniqueísmo de buenos/malos, y las repercusiones que ello conlleva.

Los medios inducen por la falta de conocimiento sobre el tema, por reproducir fuentes oficiales sin análisis y por ser eco de posiciones preconcebidas. Se crea una atmósfera que exalta a la gente. En algunos medios se da la imagen de lo políticamente correcto, pero luego en la información a través de sutilezas se crean estigmatizaciones contra los colectivos inmigrantes, y como decíamos contra unos más que contra otros (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Algunos de los directores entrevistados consideran cuestión fundamental en el fomento de la acogida e integración, así como en la generación de rechazo y temor al otro, el tratamiento correcto de los hechos, evitando las informaciones sesgadas y contrastando las informaciones:

Una televisión madrileña hizo un programa que preguntaba si la inmigración equivale a la delincuencia y luego el presentador afirmó que un 80% de las respuestas de los telespectadores era sí (sin decir cuántos han llamado) y no dejó a los representantes de los inmigrantes que había invitado en el estudio que hablasen. De esta manera, se induce a la gente a que tenga miedo y que piensen que todos los inmigrantes son delincuentes. Las consecuencias son de las peores para todo el mundo, ya que poniendo estas etiquetas, la información que ofrezcas deja de ser objetiva y solamente sirve para crear animosidades. Creo que es importante explicar a través de los hechos que a lo mejor prestamos poca atención que la inmigración es una realidad que crea riqueza y beneficios a la sociedad acogedora y que los problemas de la sociedad en general hay que tratarlos de la misma manera, independientemente de raza, origen o nacionalidad (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Aquí sí hay un gran problema, porque los medios en lugar de atajar estas actitudes, en realidad, las alimentan. Se denuncia lo extremo (agresión a una chica en el metro), pero a reglón

seguido la noticia son emigrantes haciendo colas para pedir una subvención, o un «inmigrante» que agrade a su compañera (no dicen que ella también es inmigrante; no es lo mismo decir «una mujer ha sido agredida por su compañero sentimental en Tarrasa» y continuar, si es necesario, «fulanita, de origen tal había pedido una orden de alejamiento de su pareja de la misma nacionalidad...» que decir, como es habitual, «un boliviano agrade a su compañera sentimental»). La inmigración, los inmigrantes (como los sectores más débiles de la sociedad) en determinados momentos se convierten en perfectas cabezas de turco para tapar y ocultar errores de los que ellos son víctimas y no verdugos (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Los medios para inmigrantes también juegan su papel en la creación de estereotipos, con sus consiguientes implicaciones en los procesos de acogida:

Los medios contribuyen a generarlos, incluso en los propios medios para inmigrantes por la propia forma de enfocar las informaciones. A la hora de lanzar mensajes hay que ser cuidadosos, pues se pueden producir situaciones delicadas (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Para otros, como Mónica Prat: «El que se publiquen medios para inmigrantes y contrarresten la visión de los medios generalistas es positivo. El trabajo de todos ha contribuido a que se abra la visión. Creo que a un nivel político ha habido también una visión positiva por parte del Gobierno y de la Comunidad de Madrid, independientemente de momentos electorales» (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Para algunos directores, como Pedro Nel Valencia, la existencia del temor al diferente «es un miedo absurdo, más cuando se mira el contexto histórico. El miedo al otro por origen, razón o religión, planea también el origen de clase, cuando hay di-

nero los miedos desaparecen» (Pedro Nel Valencia, Director editorial de *Latino*).

Así pues, con respecto a si en España se puede hablar de racismo, clasismo o si hay una adecuada acogida e integración, la opinión es que en España se ha acogido bastante bien al inmigrante, siendo en todo caso una sociedad más clasista que racista.

Creo personalmente que es más clasismo. Conozco a gente muy integrada y que tiene amigos españoles y no son diferentes de ellos. Pero una chica con velo sí tiene muchos problemas. Pero son casos, no es todo el mundo (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Soy de la opinión de que la sociedad española no es racista. Ha acogido bastante bien al inmigrante. En comparación con otros países europeos aún no se han producido casos graves. Ha llegado el momento de demostrarlo, la situación económica permitirá ver si se producen conflictos. Muchas veces son más racistas los propios inmigrantes que la sociedad de acogida (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

La primera conclusión es que todo esto se mueve por clasismo. Se nota mucho rechazo a los marroquíes (Bárbara Kurasz, promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

La opinión es que en España de momento el sentimiento de acogida prevalece al de rechazo, aunque surgen los interrogantes ante la situación económica reciente y las situaciones y comportamientos que de la misma se puedan generar:

Creo que teniendo en cuenta lo rápido que ha crecido la inmigración y cómo la sociedad española los ha aceptado me parece positivo, aunque siempre hay casos delicados. Veremos ahora con la mala situación económica (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Habría que empezar diciendo que en España, de momento, el sentimiento de acogida prevalece al rechazo. Hay que entender este fenómeno en la formación social y cultural española, su origen de clase, el pasado reciente de la mayoría de españoles o sus familias, los rasgos más marcados de la ética social, etc. No obstante, en la sociedad española sí existen actitudes criticables. Desde mi punto de vista, y precisamente por lo comentado antes, lo mayoritario es la existencia de un temor al extraño, una desconfianza, y habría que

añadir «al pobre extraño», al que tenemos que alimentar o compartir con él nuestros recursos como uno más de nuestra sociedad. Existe el miedo al «qué me van a hacer» (sobre todo cuando estableces una relación profesional, mercantil o civil con ellos). Racismo como tal, en España no existe, al menos de momento, salvo de forma aislada y minoritaria concentrado, sobre todo, en ciertos grupos organizados (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

9. LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS

Una reflexión que se ha invitado a hacer a los responsables de medios entrevistados ha sido abordar cuál debería ser según ellos el papel a desempeñar por los medios de comunicación en la sociedad actual: si limitarse a contar verazmente los hechos, o si tienen el deber de aportar una visión de conciencia social. Cuestión que ha dado como resultado una clara apuesta por el papel social y conciliador que han de desempeñar los medios de comunicación:

El periodismo que intento hacer es no dar los temas de manera fría. Hay que dar los temas de manera social y conciliadora. No buscando morbo (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Está claro que debe aportar una visión de conciencia social, aunque a veces lo que se piensa que es «conciencia social», en realidad es instigación a xenofobia y racismo, como solución a problemas incluso ajenos a la inmigración (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Creo que la objetividad absoluta no existe. Pero sí creo que hay que hacer un esfuerzo por mostrar los hechos como son, sin hacer interpretaciones maliciosas o sesgadas de la realidad (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Es difícil contar la verdad, no hay una sola verdad, cada uno lo ve de una forma. Pero hay que ceñirse a los hechos. Hay que ser imparcial, pero

si hay temas que en opinión del medio son injustos, hay que hacer conciencia sin llegar al extremo (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Creo que ha de dar una conciencia social. Si se ponen las cosas sin mirar cómo se escriben puede chocar. Si se pone «un chino...», «un rumano...», aquí si hay un acto delictivo se dice: «una mujer...» «un hombre...» (Bárbara Kurasz, promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

La información es conciencia, seleccionar, jerarquizar, omitir, mostrar, relatar, narrar, componer... requiere conciencia y criterio. El problema es cuáles son esos criterios, a qué forma de ver el mundo y las relaciones humanas corresponden y qué interés persiguen. No hay una información aséptica ni neutral, nunca (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Otros, como Pedro Nel Valencia, priorizan la veracidad de la información en el papel de los medios, relegando a los públicos la creación de su propia conciencia social: «Creo que en periodismo la primera obligación es contar verazmente los hechos. El lector debe estar bien informado para tener esa conciencia social. También queremos cuidarnos de ser un medio paternalista con el inmigrante. Por eso en *Latino* no hay editorial, no queremos decir a la gente cómo tiene que pensar» (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Hay un aspecto en el que se percibe unanimidad de opiniones entre los entrevistados: el poder de los medios de comunicación para influir en la sociedad:

Es un poder muy grande el de los medios para influir. Se ha dicho que es el cuarto poder, aunque creo que como se maneja es un apéndice del poder o el poder mismo, por los lazos entre poder político y mediático (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Creo en el poder de los medios, el poder de manipulación. Bueno, de ciertos medios. Cuando quieren hundir a alguien pueden hacerlo al igual que pueden hacer de una persona una estrella. La gente cree en lo que ve y en lo que lee. Hay que tener acuerdo entre la prensa autóctona y la de inmigración, para una convivencia más fácil (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Creo en el poder de los medios, desde luego, de hecho la prensa es conocida en todos los países democráticos, como la «cuarta fuerza en el Esta-

do» (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Creo en el poder de los medios de comunicación y muchas veces no nos damos cuenta de ello, hay veces que te das cuenta a posteriori. A veces te das cuenta de la repercusión que tiene cuando se publica por los correos que te envía la gente. A veces hemos realizado reportajes de seguimiento tras publicar una noticia para ver su repercusión (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Es una fuerza tremenda (Bárbara Kurasz, promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

Creo en el poder de los medios, aunque los medios específicos aún no conocemos el alcance real, pero es evidente (Mónica Prat, directora General de *Toumai*).

Frente a dicho poder, tal y como matiza José Morilla «el problema es cómo y para qué se utiliza» (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

10. LA VISIÓN DEL PERIODISMO CIUDADANO EN GENERAL

Tendencia destacada en el ámbito de los medios de comunicación ha sido el auge del llamado «Periodismo participativo» o «Periodismo ciudadano», con la consiguiente apertura de espacios destinados a la participación de las audiencias en el contenido informativo y de opinión de los medios y las controversias que ello plantea ya en el propio concepto:

No creo que dejar abierto los micrófonos a los oyentes se puede calificar con ese atributo. Sin embargo, pese a que es lo único que se hace en este desierto, bendito sea. A lo mejor, tendríamos que matizar a qué nos referimos cuando hablamos de «Periodismo participativo o ciudadano», al que se acuñó hace décadas fruto de una corriente de periodismos comprometido y democrático no creo (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

El Periodismo participativo tiene que ver con una concepción muy sincera de los medios, de lo contrario se queda en mera demagogia (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Es un periodismo más cercano al ciudadano. Eliges los temas que interesan al colectivo. Hay que fomentarlo. Por ejemplo las cartas al director nos ayudan a tratar temas que el equipo de redacción no hemos vivido. Da otros puntos de vista para que el medio sea de verdad un medio para inmigrantes (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

Ayudas a que la gente se implique y participe en una realidad que nos interesa a todos (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

En el momento en el que intentas acercarte a fuentes diversas, estás fomentando el acercamiento. El tener referencias de quién te lee y saber el motivo sirve para precisar la información que le interesa al lector. Me interesaría saber qué parte del periódico le interesa más a la gente (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Un debate que viene unido a la práctica del llamado Periodismo participativo es hasta qué punto se puede tolerar la influencia de las audiencias en el abanico temático de las agendas mediáticas.

Influye mucho en la agenda mediática, ya que esa sintonía es fundamental, nos dice cuáles son los temas que interesan al ciudadano (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

La gente que te lee tiene que participar en la revista. Es importante que los lectores se vean reflejados y aparezcan como ejemplo. Influyen en la agenda en la medida que te llevan a otro tema (Mónica Prat, directora general de *Toumaï*).

Los elementos interactivos son buenos y necesarios, pero la agenda se pone de arriba abajo. No debemos confundir máquetin con democracia, en-

ganche con horizontalidad (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

Otra de las cuestiones que ha planteado el denominado «Periodismo participativo» o «Periodismo ciudadano» es si hay que dejar libertad absoluta a las audiencias en sus intervenciones o si es necesario contar con sistemas de filtro dentro de los medios de comunicación.

Más que un moderador ha de haber un tutor para evitar que la gente lo utilice para insultar. Lo que se necesita es tutoría, hay ideas brillantes pero no todo el mundo tiene técnicas de redacción (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Todo el mundo tiene derecho a escribir sobre un tema sin mediador. Respetando no hacer xenofobia o racismo, la gente ha de poder expresarse (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

La libertad absoluta en un medio no existe. Nosotros, en el caso de la web, todas las informaciones son comentadas por los lectores y nos vemos en la obligación de filtrar mensajes por ser ofensivos y radicales (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Soy partidaria de que los lectores salgan en los reportajes, pero no soy partidaria de publicar un reportaje a una persona de la calle (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

El moderador es importante (Bárbara Kurasz, promotora de *Argipelag*, página polaca del *Diario de Alcalá*).

Contar con un moderador es un método necesario si se quiere hacer algo serio, realmente participativo y con alguna repercusión (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

11. PERIODISMO PARTICIPATIVO EN LOS MEDIOS PARA INMIGRANTES

Por parte, de los medios de comunicación especializados en inmigración, se valora positivamente la creación de espacios de participación ciudadana a través de Internet. Ven en ello una posibilidad de acercarse a los públicos y saber qué es lo que opinan.

Latino se creó hace tres años y hemos estado volcados en el periódico y en crear ediciones. En la web se vuelca el contenido del periódico, pero hay que potenciar una comunidad virtual para los inmigrantes (Pedro Nel Valencia, director editorial de *Latino*).

Publicamos cartas de nuestros lectores o abrimos de vez en cuando concursos con temas de inmigración donde recibimos sus escritos y sus opiniones (Cristina Linu, directora ejecutiva de *Roman in Lume*).

Nosotros a través de la web vamos sabiendo qué es lo que piensan y opinan. Hay también espacios de participación para los inmigrantes que nos permiten tener un contacto con los colectivos (Gonzalo Castillejo, director de *Sí se puede*).

Se ha intentado, el fórum es sano y da lugar a más informaciones, pero no cuaja. A veces se les da una visión paternalista. Hay tantos y tan divi-

didados que es difícil. Creo que un medio sí lo puede conseguir por tener una masa de lectores fijos que participan del medio (Mónica Prat, directora general de *Toumai*).

Ante este tipo de prácticas, algunos como Imane Courti, lanzan una llamada de atención para fomentar el pluralismo y la puesta en común en este tipo de espacios, dando cabida a la ciudadanía en general frente a los guetos informativos:

El problema es que hay comunidades virtuales para pequeños colectivos (Bolivia, Perú, Paraguay), pero lo ideal es un espacio en común. Los inmigrantes ahora no se mezclan y sería bueno que se tuviera opinión de todos en un espacio web (Imane Courti, directora de la revista *Raíz*, para Marruecos y África).

No sería una mala idea, siempre y cuando fuera dirigido a la ciudadanía en general, si no corremos el riesgo de crear guetos informativos, autobuses para negros, autobuses para blancos. Preferiría autobuses para todos y que veamos como los mejoramos en un proyecto compartido. Mi empresa, como tal de servicio público, debería ser pionera en estas iniciativas comunicacionales (José Morilla, director del programa de TVE2 *Con todos los acentos*).

CONCLUSIONES

Según se desprende de las diversas declaraciones que se han ido recogiendo en el estudio, el tratamiento de la inmigración en los medios de comunicación difiere sustancialmente en atención a los países de procedencia de los inmigrantes, propiciándose la creación de etiquetas según el idioma, las diferencias culturales y la religión. Las diferencias se acrecientan entre los diversos colectivos. El colectivo más favorecido en este sentido es el de los latinoamericanos, en tanto que los peor tratados son los subsaharianos y marroquíes.

Los inmigrantes y las asociaciones en las que están representados se han convertido en una fuente informativa de referencia para los medios de comunicación. Es más, el incremento de la inmigración y los medios especializados que ello ha generado, han propiciado que los propios inmigrantes pasen a ocupar un papel destacado entre las plantillas de los propios medios especializados en inmigración.

Una preocupación entre los medios, es el adecuado tratamiento informativo que evite la crea-

ción de estereotipos, así como los comportamientos de rechazo y racismo. En dicho sentido, hay unanimidad en que en España se ha acogido bastante bien al inmigrante, siendo en todo caso una sociedad más clasista que racista.

Otro aspecto en el que hay una amplia coincidencia de opiniones, es en la función de conciencia social que han de desempeñar los medios de comunicación. Dicho papel viene abalado ante la percepción de la gran influencia de los medios de comunicación en la sociedad actual.

En el acercamiento a los intereses de los ciudadanos por parte de los medios, se destaca el papel del llamado «Periodismo participativo» o «Periodismo ciudadano», que permite conocer de cerca cuáles son las inquietudes, aunque con cuidado de no caer en guetos informativos, buscando fomentar espacios abiertos a toda la sociedad, y estableciendo un equilibrio adecuado en la agenda informativa, sin olvidar que ésta ha de venir marcada por el propio medio.

(III) LOS INMIGRANTES ANALIZAN LA INMIGRACIÓN Y EL PERIODISMO

M.ª Pilar Diezhandino y Guadalupe Aguado

De esas decenas de asociaciones que han ido surgiendo a medida que iban aumentando los colectivos de inmigrantes (basta revisar la *Guía de la Comunidad de Madrid de Recursos para Inmigrantes*, 2006, en la que se recopila información sobre cerca de medio centenar de asociaciones), lo que aquí aparece es fruto de una selección que ha pretendido ser representativa de la diversidad de colectivos, de acuerdo a su importancia numérica¹ y procedencias. No podían faltar las voces que representan a los propios inmigrantes en nuestro estudio. En las asociaciones se trabaja la realidad viva de los distintos grupos de inmigrantes, se les atiende en muchos sentidos, y cumplen un papel impagable: son su referencia.

No siempre fue fácil acceder a todas las puertas a las que llamamos. En algunos casos los números de teléfono ya no estaban operativos. En el movimiento asociacionista, muchos intentos van que-

dándose en el camino. En otros, hubo una cierta resistencia. Pero, una vez contactados, las reacciones de los responsables o portavoces o simplemente representantes, fueron muy variadas. Unos se mostraron dispuestos a la entrevista inmediatamente. Como una oportunidad de mostrar su tarea y explayarse contando su visión de las cosas. Una especie de desahogo. Otros fueron más reacios. Pidieron el cuestionario como primera medida. Y más tarde, la transcripción de sus palabras. Prudentes, o celosos de su anonimato, quizá incluso recelosos, habituados como están a trabajar sin focos ni visibilidad. En todo caso, aquí está una selección de sus palabras, salidas en unos casos a borbotones y en otros, con tiento. Pero son tuyas y tienen, sólo por eso, interés. Por eso, aquí las transcribimos sin interferencia alguna. Que hablen sólo ellos ha sido nuestro propósito. Y esto es lo que han dicho.

1. Encuesta Nacional de Inmigrantes (2007) del Instituto Nacional de Estadística.

1. ASOCIACIÓN DE COOPERACIÓN BOLIVIA-ESPAÑA (ACOBE)

«Los pobres en Bolivia no emigran»

Hugo Bustillos:

«El 57% de la población boliviana que está en España son mujeres»

- Bolivia tiene tradición migratoria desde hace 30 ó 40 años. Inicialmente era a Estados Unidos, donde se estima que hay un millón de bolivianos, también a Argentina, otro millón, y a Brasil, por la cercanía. La inmigración boliviana en España comenzó hace cinco o seis años. Argentina vive la crisis del *corralito* y, como consecuencia, muchos bolivianos retornan al país y se encuentran en una situación compleja. Volvían como a terreno de paso hacia nuevos horizontes, que en este caso era España, por el idioma y porque en su momento no se necesitaba visado, por lo que te comprabas un billete de avión y al día siguiente estabas aquí sin problema. También hay que tener en cuenta el *boom* económico que ha vivido España en los últimos diez años. En la migración boliviana, hay diferencias entre los que fueron a Estados Unidos, a Argentina y a España. Los que fueron a Estados Unidos eran más de clase media. A España viene clase media más para abajo, y rural. Los pobres en Bolivia no emigran, porque no tienen tres mil euros o no tienen capacidad para endeudarse. Los pobres no han podido salir. Viene gente con capacidad de endeudamiento. De acuerdo a las estadísticas que manejamos, la mayoría trabajaba en Bolivia. Vienen a buscar un trabajo para mejorar su situación económica y labrarse un futuro para ellos o sus familias.

- Somos, pues, un colectivo relativamente nuevo. Por lo que el margen de irregularidad es alto. Hablamos de que el 60% ó 65% de los bolivianos que están en España no tiene papeles. (Hay unos 350.000 bolivianos en España, de los cuales una gran parte en la Comunidad de Madrid). Ello hace que seamos vulnerables en cuestiones sociales y laborales y de muchos derechos como tales. Tenemos una inmigración feminizada. El 57% de la población boliviana que está en España son mujeres. La mujer española ha dejado el hogar y deja el hueco. Las mujeres, el primer año o año y medio, son internas. En general primero es lo que puedes y después lo que quieres. Pero es difícil encontrar a alguien que quiera trabajar más de dos años de interna. Lo que tardan en pagar la deuda.
- La inmigración es algo cíclico. «Primero voy yo para cumplir un sueño.» Pero no dicen «voy a ir para siempre». Muchos se encontraron con la regularización de 2005 y por eso pudieron conseguir papeles, dejaron la familia en Bolivia, porque a lo que venían era a trabajar y conseguir ahorros, por eso las mujeres trabajaban como internas, por los gastos de manutención, alojamiento y transporte.

«Las redes sociales son los factores de integración más favorables»

- «El vecino se fue a España y al año se compró la casa o el coche, y yo estoy aquí, soy trabajador, pero nunca progreso.» Eso provoca el «efecto llamada». Además, cuando vuelven al país de origen

casí no comentan lo mal que lo han pasado. En muchos casos no comentan ni en qué están trabajando. Se da una imagen muy favorable. No se refleja la realidad como tal. Tal vez por no preocupar a la familia o por orgullo propio. Pero eso ha provocado el «efecto llamada».

- Antes de la imposición de visado, el 31 de marzo de 2007, según las estadísticas, entraron entre enero y marzo unos 54.000 bolivianos, 18.000 por mes y 500 por día. Por eso nosotros desde la asociación fuimos los primeros en aprobar y aplaudir el visado, porque llegaban sin plan migratorio y sin red social (y las redes sociales son los factores de integración más favorables. Son los primeros que te ayudan a encontrar trabajo, te orientan, te dicen donde está el metro... Al que llega se le cobija hasta que encuentra trabajo). Así que hubo mucha gente que vino sin red social, sin trabajo, pensando que los euros estaban en los árboles, y que iban a encontrar trabajo al día siguiente. Se endeudaban y a los dos o tres días estaban de vuelta al país en peor situación de la que tenían antes. El visado puso un freno.
- Ahora los que vienen son menos, pero en condiciones dignas, con contrato de trabajo, se garantiza su integridad, su integración en la sociedad. Fuimos reprochados por defender la exigencia de visado, en un primer momento por el propio Gobierno boliviano, por algunas entidades de derechos humanos. Claro, la carta magna de derechos humanos defiende el libre tránsito de las personas, porque en teoría funciona, pero en la práctica nosotros hemos vivido el día a día y hemos visto las condiciones a las que da lugar.
- Los inmigrantes no todos están mal. La inserción en el mercado laboral se está dando cada vez más en función a la cualificación, tenemos muchos médicos, informáticos. Hoy la inmigración es una bandera política. En los próximos años seremos también grandes salvadores de España, porque vamos a votar en las próximas elecciones. Perú, Colombia y Ecuador

ya han firmado y por detrás está la firma del convenio con Bolivia.

«Nos gusta convivir dentro de nuestras costumbres y tradiciones»

- Es complicado integrarnos para nosotros. Es cuestión de idiosincrasia y cultura. La mayoría de los bolivianos son respetuosos, tímidos y acostumbrados a vivir en una sociedad muy tradicional, muy patriarcal y muy sociable dentro del entorno. Nos gusta convivir dentro de nuestras costumbres y tradiciones, por lo que se han producido guetos como en Usera, Hospitalet en Barcelona, Virginia en Estados Unidos, São Paulo en Brasil.

Retorno voluntario, vulnerable o productivo

- El retorno **voluntario** no se aplica en el caso de Bolivia porque Bolivia no tiene firmado el convenio de la Seguridad Social con España y porque la mayoría no tiene papeles. Nosotros trabajamos con fondos del Ministerio de Trabajo e Inmigración en el retorno **vulnerable**. No tengo trabajo, no tengo que comer y prefiero ser pobre en mi país, que ser pobre en España. Según los índices de 2006, 2007 y 2008, de todas las nacionalidades, la mayoría de los que retornaron en esta situación fueron bolivianos. Se les facilita el billete más cincuenta euros y se acoge mucha gente. También se da el retorno **productivo**, que es el billete de avión más 50 euros, más 1.000 ó 1.500 euros para que puedan abrir un negocio en Bolivia. Pero no les damos el dinero en efectivo, sino en material y apoyo en Bolivia y les hacemos un seguimiento al proyecto.
- De todos modos, es más la gente que se está yendo que la que viene. Hace meses los listados que enviaba cada martes la embajada de los visados otorgados eran de hojas y hojas, entraban de 200 a 300 personas por semana, entre estudiantes, visados de trabajo, turismo. Ahora no

pasan de 20 ó 30 personas a la semana. Pero lo que nos preocupa es la parte psico-emocional. No olvidemos que los emigrantes están retornando con un sentido de frustración. El entorno familiar les ha cambiado. Hay sentido de no pertenencia al grupo familiar.

«La Consejería de Inmigración hace una labor loable. España tiene memoria migratoria»

- Tenemos cuatro centros financiados con dinero público a partir de convocatorias. En lo que se refiere a ayudas sociales, España está por encima de la media en cuestión de Educación y Sanidad. La Consejería de Inmigración hace una labor loable. Por medio de sus subvenciones podemos llegar a quienes queremos llegar. Si no tuviéramos ayudas por parte de las entidades estatales o autonómicas sería muy difícil hacer la labor que hacemos. Tenemos también proyectos con el Ministerio de Trabajo e Inmigración, trabajamos también con La Caixa, Caixa Galicia, Caja España y empresas privadas. Yo creo que los servicios sociales sí están llegando a los colectivos de inmigrantes.
- La percepción que tenemos de España es de un país donde ha habido mucha tolerancia. España tiene memoria migratoria. Hay políticas de Estado y autonómicas que trabajan en integración y lo valoramos. España entiende y tiene que entender que los inmigrantes están aquí y están para quedarse. Lo que nos preocupa es que ahora no hay trabajo para todos y la crisis está levantando actitudes racistas, en el sentido del discurso de que «ahora nos vienen a quitar el trabajo», «¿por qué te vas tú y no se va él?». Creemos que esto se va a ir incrementando debido a una crisis en la que todo el mundo anda nervioso. Antes lográbamos contratar a través de la bolsa de empleo a 20 ó 30 personas al día. Ahora viene muchísima gente a buscar empleo, a las 10 de la mañana esto está llenísimo. La oferta ahora es para servicios. «Necesito español, que sepa de

informática», más cualificado. Ahora hay donde escoger. Las empresas antes querían gente con papeles, hoy quieren españoles y con formación específica y, si «quiero inmigrantes quiero que sepan informática». La oferta es más selectiva.

- Viene gente con poco acceso a tecnologías, en este caso a Internet. Y si se tiene conocimiento se intenta mantener el contacto con el país, y aquí tienen los medios gratuitos y la televisión tradicional gratuita. Se usan mucho los periódicos para inmigrantes. En la mayoría de los casos es su única fuente de información junto a los gratuitos y la televisión.
- En lo que respecta a la información, no hay espacios especiales para inmigrantes, exceptuando cuando se es noticia. Salvo los medios propios, la televisión y prensa nacional no tienen espacios que traten el tema de la inmigración de manera especializada, con un enfoque social, y se echa en falta. El inmigrante necesita también sentirse parte del contexto y no ser la noticia.

«Siempre hemos criticado la falta de responsabilidad social de los medios. Las fuentes no son las correctas»

- En los medios se ve la inmigración como un fenómeno de sensacionalismo que no de información. Se estigmatiza a todo un colectivo. Se ponen etiquetas, y no es suficiente con la etiqueta de que es inmigrante, sino de que es delincuente. El de los medios es un mensaje irresponsable que llega al resto de la gente. Son actitudes que provocan xenofobia o racismo. Siempre hemos criticado la falta de responsabilidad social de los medios. Los medios españoles son bastantes sensacionalistas. Te tratan como un fenómeno, como algo diferente. Hay asociaciones de inmigrantes muy serias, que pueden dar un buen reflejo. Pero los medios no acuden a ellas. Las fuentes no son las correctas.

Estigmatización de ida y vuelta

- Y aún es peor en el país de origen. En Bolivia hay una fuerte estigmatización de los emigrantes, que si infidelidad de las mujeres, que si los pa-

dres beben... y todo ello sin tener en cuenta la repercusión que esos mensajes tienen cuando llegan a las familias, a los hijos. Estamos trabajando sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en el tema de inmigración.

2. ASOCIACIÓN SOLIDARIA PARA LA INTEGRACIÓN SOCIAL DEL INMIGRANTE (ASISI)

«Muchas veces se produce una desinformación bidireccional que origina prejuicios»

«En los medios se fomenta el racismo con la mala información»

Alfonso Cortés:

- Al principio trabajábamos solamente con el colectivo marroquí, pero vimos que para lograr la integración hay que trabajar con todos los colectivos inmigrantes y también con la población autóctona. Hay que sensibilizar, mostrar las realidades sociales de los países de procedencia de los inmigrantes y las razones por las que vienen, y que la población entienda el motivo de los procesos migratorios, y que el inmigrante se adapte a las costumbres, y respete valores y derechos de la sociedad de acogida. Muchas veces se produce una desinformación bidireccional que origina prejuicios, y piensas que estás discriminado, cuando en realidad son otras las razones por las que no se te dio un trabajo, con independencia del país de donde vengas.
- También trabajamos con mujeres inmigrantes, magrebíes fundamentalmente, porque ellas vienen como acompañantes de la pareja. Tenemos campañas de sensibilización en colegios, y para la población en general. Asesoramos en temas sociales y laborales. Nos demandan trabajo, cómo conseguir papeles, información sobre sanidad y arraigo. Porque la gente cuando llega no conoce sus derechos. La información que recibe está en función de sus redes de acogida, integradas por nacionales, pero que tampoco conocen todos sus derechos. Como por ejemplo en el

caso de la tarjeta sanitaria o cuando se quedan sin empleo y no acuden al INEM para apuntarse como demandantes de empleo. Tampoco conocen los servicios sociales y que les pueden prestar ayuda en caso de necesidad, o que tienen atención médica gratuita.

«Muchas de las políticas públicas dirigidas a los inmigrantes se deciden desde despachos sin contacto directo»

- Normalmente funcionamos con subvenciones estatales, de la Consejería de Inmigración, de la Dirección General de Inmigración del Ayuntamiento de Madrid, del Ministerio de Educación, y del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Con las ayudas administrativas el problema es que no llegan a lo que debería. Lo gordo llega a Cruz Roja, Cáritas... pero a las instituciones pequeñas las ayudas les llegan reducidas, o a veces se les corta. También hay ayudas privadas, a través de convenios con bancos y cajas de ahorros y donaciones. Las donaciones son mínimas, pues al ser una asociación pequeña no somos tan conocidos, aunque cada vez se nos conoce más y se nos pide más colaboración en varios temas. Por ejemplo, las administraciones nos han comenzado a pedir ayuda para que asesoremos sobre la realidad, porque muchas de las políticas

públicas dirigidas a los inmigrantes se deciden desde despachos sin contacto directo, sólo por lo que leen en los medios de comunicación o por lo que ellos se imaginan, y muchas veces no se conocen las necesidades básicas.

- En los últimos tres o cuatro meses se ha incrementado la demanda de asesoramiento enfocado al empleo, ha crecido el número de usuarios que demandan estos servicios. Antes teníamos más gente en situación irregular que venía para asesorarse, que buscaban arraigo o empleo, y ahora tenemos demandantes con papeles que llevan cinco u ocho años en España y que no encuentran empleo, especialmente sectores vinculados con la construcción y servicios. Muchos de ellos, al llevar mucho tiempo en España, mantienen los vínculos con sus países mediante envío de remesas, pero a su vez éstos han ido disminuyendo, porque han decidido quedarse aquí y han ido adoptando el modelo español, y una de sus peculiaridades, como el tener algo propio, y se han comprado una casa.

Ahora hay mucha gente a la que le está costando pagar sus hipotecas y gente que ha pedido préstamos. Hasta ahora contaban con un empleo, tenían sueldos altos, en especial del sector de la construcción, que recibían un plus en negro, con el cual ahora no cuentan y aunque están cobrando el paro (por derecho, porque lo han cotizado), no les da para el estilo de vida al que se habían acostumbrado. No sólo inmigrantes, sino también españoles.

- Con la crisis algunos han visto la necesidad de formarse y han aprovechado los ciclos formativos, otros dijeron: «¿para qué?». Aún la gente no se ha dado cuenta de la realidad social de la crisis. Durante siete años si se quedaban sin trabajo, en dos meses volvían a tener. Ahora pueden pasar ocho meses y siguen sin tener trabajo. Y no hay movilidad, entre otras cosas porque la gente quiere por ejemplo trabajar en Madrid capital y no ir a los alrededores. Los que llevan más años, aquí se acostumbraron a ganar bien y no quieren trabajar por menos, o en peores condi-

ciones, no quieren desplazamientos o no quieren trabajar con niños ni personas mayores...

- La Asociación también atiende a españoles. Vienen porque saben que tenemos ofertas de empleo. Lo que ocurre es que al presentar cuentas no los podemos contabilizar. Por ejemplo, al Ministerio de Trabajo que nos da un dinero, sólo podemos presentar datos de inmigrantes de países que no sean de la Unión, porque si son comunitarios no cuentan como extranjeros, el dinero está destinado a apoyar a la población extranjera. Si son *sin papeles* tampoco les puedes contabilizar, porque en la base de datos sólo se puede meter información de personas que cuenten con un NIE. Por lo que nosotros para el ministerio a lo mejor hemos atendido a 500 personas, cuando en realidad hemos atendido a 1.500. Esa realidad sólo la reflejamos en el informe final. Pero yo creo que los medios de comunicación no hablan de eso.

El enfrentamiento entre autóctonos e inmigrantes «es distorsionado por los medios»

- Los conflictos muchas veces se producen entre sectores de población autóctona e inmigrantes, porque luchan por el mismo trabajo, por la vivienda, un crédito o un dinero de ayuda social. Es donde se da el enfrentamiento real, que luego es distorsionado por los medios de comunicación. Es donde se dice, «es que tantos inmigrantes consiguieron casa», pero claro está que no se ha contado que esos inmigrantes cumplían los requisitos y entraron al sorteo como entran los españoles que también recibieron la ayuda. También se habla de que los inmigrantes colapsan la sanidad, cuando no es la realidad, ya que cuando se habla de extranjeros en el tema de sanidad también se contabiliza a comunitarios: ingleses, alemanes, italianos, griegos, que son los que utilizan mucho estos servicios, porque normalmente son jubilados que demandan esto, ellos engrosan estos números y luego se ven perjudicados, en general, los in-

migrantes. Lo mismo ocurre cuando se habla de los índices de criminalidad, que han aumentado. Sí, pero uno de los grandes problemas de los que tampoco se habla es que las faltas administrativas se cuentan como actos delictivos. Simplemente las órdenes de expulsión, el no contar con un papel que diga que puedas residir aquí, engrosa los índices delictivos. Se han aumentado los casos de violencia, pero que también se dan como consecuencia del crecimiento de población, no sólo como consecuencia de la llegada de inmigrantes.

«La tendencia al gueto, simplemente porque te sientes más cómodo con los tuyos»

- De momento no se ha visto la realidad. Ha sido un proceso muy rápido que nos ha pillado a todos por sorpresa, a la Administración, a los inmigrantes y a la población autóctona. En diez años se ha pasado de ver al inmigrante como algo exótico, algo extraño, a una realidad en la que la inmigración ha pasado a ser el 10% de la población, lo que ya implica algo. Existe la ventaja de que gran parte viene de países latinoamericanos, con los que hay un vínculo, como el idioma, que facilita la integración, aunque las costumbres, la ideología y la comida varíen.

Pero también nos hemos encontrado con fenómenos como la tendencia al gueto, simplemente porque te sientes más cómodo con los tuyos y también porque para el otro lo extraño causa temor. La localización por zonas de los inmigrantes se produce por la red social. Saben que van a llegar y que tienen que ir a una zona de Madrid. Que tu vecino tenga tu lengua y costumbres te facilita contactos. La gente antes de ir a servicios sociales se acerca a sus asociaciones. Pero se han dado cuenta de que hay que moverse.

- Más que «efecto llamada» lo que ha funcionado es la red social. Por ejemplo, a sabiendas de que a lo mejor los ecuatorianos se colocaban fácilmente y no necesitaban visado, en lugar de ir a

Estados Unidos decidieron venir a sabiendas de que había una red de acogida y trabajo.

- Se te trata dependiendo de la nacionalidad. También la población es más reacia a contratar a un marroquí que a un latinoamericano. No es lo mismo ser un ecuatoriano que ser un argentino, los dos provienen de Latinoamérica pero no son vistos de la misma forma. En el tema de los alquileres, si hablas con acento te puede dificultar el acceso a una vivienda, porque te exigen requisitos que a un nacional no se los exigirían.
- Nosotros trabajamos también con la población marroquí, que es la que más dificultades tiene. Hay más prejuicios y barrera lingüística, aunque muchas veces ellos mismos no quieren verlo así. Nosotros damos aquí clases de español para inmigrantes y muchos de ellos dicen: «yo no lo necesito para trabajar en el servicio doméstico». Y les decimos que para coger el teléfono o que te den una indicación es esencial. En estos momentos hay una convivencia cordial, pero no integradora. Es un fenómeno que se irá notando con el paso de los años, con las segundas generaciones. La gente dice yo trabajo con inmigrantes o tengo compañeros inmigrantes, pero ¿cuántos amigos son en realidad inmigrantes? O para los inmigrantes, ¿cuántos amigos son españoles? Eso es consecuencia de los círculos, es muy difícil entrar en los círculos.

Abrirse al otro

- Cuando nosotros organizamos actos con la Consejería, como un concierto multicultural, los que más participan son inmigrantes. El español que pasa por allí se queda un momento si le gusta. Si se organiza un acto en el que se va a hablar sobre el Islam, sólo vienen marroquíes; a la población latina no le interesa y a la autóctona mucho menos, salvo tres o cuatro que estén estudiando o que han viajado a Marruecos y se han quedado enamorados de eso. También se da el caso de que las asociaciones trabajan con sus colectivos y esto tampoco ayuda. Si se organiza

el día de Bolivia se enfoca a los inmigrantes bolivianos y no se vincula a la gente autóctona o de otras nacionalidades. Se difunde en círculos cerrados, en medios como *Toumai*; *Si se puede*, pero no en televisión o medios masivos, no se difunde en medios que sigue la población autóctona. Eso es un error que las asociaciones tendemos a cometer y por eso nosotros intentamos abrirnos, tenemos trabajando aquí a gente marroquí, argelina, latina, española, para que entre nosotros se dé esa convivencia y se transmita esa necesidad. Por ejemplo, yo creo que con el tiempo, la convivencia irá cambiando. La gente joven ya vive el día a día con esa realidad, especialmente en los colegios públicos, donde está acostumbrada a tener un compañero negro, marroquí, uno de Bolivia, otro de Ecuador. Con el tiempo eso irá cambiando la sociedad.

«Ahora va a ser cuando nos demos cuenta de la realidad»

«El color de piel ayuda, y el ser europeo también»

- Aunque existe racismo no se ha incrementado en proporción al incremento de inmigración, pero había bonanza económica y esta gente necesitaba trabajo y los españoles necesitaban que se cubrieran esos puestos de trabajo. Ahora va a ser cuando nos demos cuenta de la realidad. En momentos de crisis es cuando afloran los sentimientos de verdad. En 2008, el 85% de los inmigrantes estaba trabajando, ahora han engrosado el paro.
- España es más clasista que racista, aunque dentro del clasismo hay racismo. Hay racismo especialmente con marroquíes, en el día a día, en el lenguaje coloquial se usan términos despectivos con relación a ellos. Para los de Marruecos, Camerún, Nigeria, la barrera lingüística es uno de los principales problemas. El color de piel ayuda, y el ser europeo también.
- Esta gente muchas veces intenta mantener sus costumbres y su forma de vida, y eso genera

conflicto con la sociedad de acogida. En el sentido de que si eres una persona muy religiosa que haces tus cinco rezos diarios, a lo mejor en el trabajo en el que estás no te dan esa libertad.

- En el caso de los latinoamericanos, el choque es menor, aunque en el tema sanitario o de asistencia de los hijos al colegio tienen más problemas, porque en sus países esos servicios no existían o eran de difícil acceso, sólo para los que tenían dinero y ellos siguen con esa mentalidad. También se da el problema de la planificación familiar en todos los sectores de inmigrantes. Hay inmigrantes que tienen hijos y pareja en el país de origen y aquí se unen con otra pareja y tienen otros hijos y es otra boca más que alimentar. También aumenta el número de matrimonios mixtos, aunque no sabemos si son reales o por conveniencia, muchas veces por el tema de los papeles.

«Pocos se arriesgan a dejar su situación aquí para volver»

- Hay dos tipos de retorno voluntario: uno que ya existía para personas que llevaban más de seis meses aquí, con o sin papeles, y podían optar a una ayuda de pasaje y aporte económico para regresar a su país. Y el otro, del que se han realizado campañas, y que es el de regresar cobrando el paro. Pero pocos se arriesgan a dejar su situación aquí para volver. ¿Allí en qué lo inviertes? Aunque allí el coste de vida es más bajo, después de que se acabe el dinero, ¿qué va a pasar? La crisis también es un problema en esos países. Además, pierden la tarjeta. La seguridad que es una tarjeta y decir: «yo salgo del país cuando quiero». Los habrá que no se han hipotecado o que venían por un tiempo, y aprovechen esta forma para volver a su país. Pero serán muy pocos. Tenemos el ejemplo de la población marroquí con más cercanía, y que les es más fácil contar con la tarjeta, irse tres meses y sellar su paro, que irse, porque para

volver van a tener que solicitar el visado. Porque no va a ser tan fácil. Te vuelves a tu país, se cumplen los tres años y no consigues lo que quieres, intentas regresar a España y te piden el visado y a lo mejor para conseguir el visado te piden una oferta de trabajo.

- La regularización del 99 fue la única en la que no se exigió un contrato laboral. Ahora para el arraigo social uno de los requisitos es contar con un contrato de trabajo, pero los trámites tardan mucho tiempo, el proceso como mínimo tarda seis meses y puede tardar hasta un año, y al empresario le conviene alguien que empiece mañana. El que cambien las políticas migratorias cambia mucho, cuando no se pedía visado para los ecuatorianos entraban muchos, luego europeos. Ahora hay más dificultades para entrar que hace diez años, hasta para entrar de turista te piden pasaje de vuelta, hotel y dinero para la estancia.
- Tampoco está bien informada la población en general, en el sentido de que muchas veces las tarjetas caducadas son válidas hasta que se renuevan los papeles. Si hay silencio administrativo y no se te ha denegado, eso quiere decir que se te ha concedido. Pero no te aceptan esa tarjeta ni siquiera en la Administración. Si vas a un centro sanitario te quitan la tarjeta. Si vas a contratar a una persona en el INEM no te dejan contratarlo si no tiene la tarjeta actualizada. En el caso de la Sanidad, sin tarjeta de residencia te atienden, pero sólo puedes ir por urgencias, ya no puedes pedir tu cita al no contar con tarjeta, sigues manteniendo tu derecho a asistencia sanitaria en casos de urgencia. Es uno de los problemas en los que la Administración tiene que trabajar. No hay información ni de unos ni de otros. Intentamos informar a la gente de sus derechos, pero el problema es si el empresario no te quiere contratar.
- Ahora en la crisis nos hemos encontrado con casos de gente que supuestamente se contrata en origen, pero que en realidad no está contratada. El que contrata y el que viene son co-

nocidos, o tienen conocidos comunes. El que viene lo hace con visado y permiso de trabajo de un año.

«Normalmente no se cuenta la realidad y se nos consulta cuando ya se ha cometido el error»

- Los marroquíes cuentan con satélite para ver sus medios de comunicación. Los latinoamericanos consultan más periódicos, como *Toumaï*, *Si se puede*, *Latino*, porque se mueven mucho en transporte público. La cobertura que dan los medios a este sector es cuando hay crisis, cambios en la ley... nosotros lo vemos porque es cuando se ponen en contacto también con las asociaciones de inmigrantes. Cuando hay cambios en la ley de extranjería o llegan cayucos de forma masiva, o se salta la valla de Melilla. O, de repente, nos dicen que quieren entrevistar a inmigrantes que cumplan determinadas condiciones, como cuando comenzó la crisis, para ver si les localizamos a inmigrantes que se hayan quedado sin trabajo y tengan hipoteca. Muchas veces te llaman de los periódicos buscando su beneficio, pero no a la inversa, no nos llaman para participar en campañas. Nosotros cuando cambiamos de sede invitamos a los medios y no vino nadie. Cuando les llamamos porque se organizan jornadas no va nadie, salvo que asista Esperanza Aguirre o algún ministro.
- La gente no se mantiene informada. Los inmigrantes se basan más en rumores que en lo que han visto. No hay un contacto directo con los medios. Tampoco hay información directa por parte de los medios. Sólo cuando la noticia es mala, no cuando es positiva. En el caso de la prensa, no llega a todos, y los medios audiovisuales han pasado a dar noticias sensacionalistas.
- Sería interesante que en los medios se informase más sobre las realidades y necesidad de sensibilizar más a la población autóctona y al inmigrante y que se dé más hueco a información de este tipo. Hay programas como *Con todos los acentos* de TVE que están bien, pero es absurdo

que se emita un domingo a las nueve de la mañana.

- En los medios se fomenta el racismo con la mala información. Cuando hay enfrentamientos en los que están involucrados inmigrantes, siempre se saca la nacionalidad de la persona. Si es español no se saca en esos términos. Y si oyes en tres días distintos que los asesinatos han sido realizados por inmigrantes, piensas que los que matan son inmigrantes. Las noticias de inmigración son mensajes negativos: pateras, enfrentamientos, piratería...

No vienen los más pobres

- Y otra cosa. En los medios de comunicación cuando se habla de la inmigración ilegal se da el bombo y platillo de la patera, de la verja de Ceuta y Melilla, pero éstos son un índice bajísimo de la población extranjera en España. Entran diez veces más en autobuses y aviones. Generalmente los que vienen no son los estratos más pobres de la población. Normalmente vienen las clases media, media alta y media baja, dependiendo de los países. Pero los medios no lo saben.

3. CENTRO CULTURAL ISLÁMICO DE MADRID

«No podemos hablar de convivencia. Convivencia es cuando hay interacción»

Saif Ben Abdenour:

- El Centro Cultural Islámico tiene como fin ofrecer servicios religiosos, sociales y culturales a la comunidad musulmana en Madrid y en España. El Centro tiene fondos directos. No recibe contribución del Estado. A veces es la primera referencia a la que acuden los inmigrantes.
- La mayoría de los musulmanes en España vienen en busca de una vida mejor, proceden de países en vías de desarrollo con escasas oportunidades. Piensan que van a mejorar sus oportunidades aquí, en el primer mundo. Vienen influenciados por el canal humano del vecino, del familiar que ha llegado a Francia, España o Alemania y ha triunfado en pocos años. Otro canal son los medios de comunicación, con la revolución que han experimentado en las dos últimas décadas. Podemos decir que toda la orilla sur del Mediterráneo está concentrada, vía parabólica, ante las cadenas de televisión. Los medios no hablan de los problemas de la sociedad europea, e influyen en la percepción de cómo es el primer mundo. Parece que viven en el paraíso.
- La gente ve en la publicidad que es fácil conseguir desde un coche a un colchón. Están influenciados por la corriente consumista que está imperando en los países en vías de desarrollo. Ven el cochazo del inmigrante de turno comprado de segunda mano antes de ir de vacaciones a Marruecos, Argelia o Túnez, y las vacaciones de lujo que se da el inmigrante con los 2.000 euros

que ha ahorrado durante un año de trabajo, y lo ven como forma de triunfo. Escuchan las palabras de este señor, que no habla de los problemas que está viviendo, porque en la cultura del Mediterráneo no se habla de los fracasos, sólo se habla del éxito. Miran la casa que se ha construido en seis años de trabajo, mientras que ellos en 20 años de trabajo no han conseguido un piso. Ven también las películas de éxitos y la publicidad. Cuando veo programas como *Mi cámara y yo*, pienso por qué no les enviarán a estos países. No para parar la inmigración, ya que es un fenómeno que no se va a parar (mientras haya hambre habrá inmigración), pero por lo menos para que lo vea la gente que ha dejado el trabajo, como maestros, carpinteros...

- Hay dos tipos de inmigrantes musulmanes. Los de Siria, Líbano y Palestina que llegaron en los años setenta y que han cursado estudios, especialmente de Medicina, y después de acabar los estudios prefirieron quedarse. Vino una segunda oleada a principios de los noventa, y que generalmente ha venido de Marruecos en un 96% o 98%, aproximadamente. Han venido en un momento en que Marruecos conoció un problema de sequía, el Gobierno de Marruecos estaba presionado por el Fondo Monetario Internacional para reestructurar su deuda. Esto empeoró la situación económica de Marruecos y la gente comenzó a buscarse la vida. La gente no pensaba en España. No se tenía la consideración de potencia económica de España. En los años se-

tenta no había gran diferencia entre la economía de España y Marruecos, era una economía basada en el turismo y la agricultura. Incluso los inmigrantes de Francia transmitían una imagen negativa de España, como un país pobre, donde robaban, ni siquiera paraban para tomar bocadillos o comer. Hacían el trayecto a Francia en caravana.

«Tampoco viene una mayoría en patera. Esto es lo más dramático y por eso sale en los medios»

- Empiezan a instalarse en España porque en Francia se cierra el grifo. No había mucho trabajo y ante el número de inmigrantes marroquíes que vivía en Francia, limitaron la entrada. España ingresa en la Unión Europea y necesita mano de obra barata y el interés es mutuo. Los primeros vienen con trabajo, los segundos han venido muchos como turistas, llaman al vecino y buscan a los de su ciudad o barrio, y tienen su primer contacto, y empiezan a buscar trabajo. No todos vienen con un contrato de trabajo. Tampoco viene una mayoría en patera. Esto es lo más dramático y por eso sale en los medios. La mayoría viene por Barajas. Son de clase baja. Algunos, de clase media, abogados, profesores, que piensan que van a mejorar su situación aquí, pero son pocos. Cuando se dan cuenta ya no pueden dar marcha atrás por haber perdido su trabajo en Marruecos y tienen que seguir adelante. Regresar es reconocer el fracaso, y tampoco pueden volver a tener su trabajo en Marruecos.
- El efecto llamada es el hambre, la propaganda, la publicidad engañosa, la publicidad que hace el amigo o el vecino que para cubrir su fracaso habla bien de su experiencia fuera. Un efecto llamada como tal no creo que exista. Puede que haya un 2% o un 3% cuando hay regularización, pero es mínimo. La gente que llega en patera no es por efecto llamada, y tampoco suponen un porcentaje importante respecto del volumen de inmigración, de la inmigración musulmana en este caso. Y cuando llegan, lo primero que pasa por la cabeza de los inmigrantes, no digo de to-

dos, pero de una gran mayoría es: ¿es esto lo que me pintaban en la tele?, ¿así es como vive el vecino o el amigo?

Culturalmente, «una persona de las montañas de Perú o Bolivia está más lejos de un madrileño que un tangerino»

- En lo que se refiere a los marroquíes, la mayoría de los inmigrantes musulmanes, la integración depende de la zona de donde vienen. Si vienen del Norte no tienen problema, conocen la sociedad española. Han crecido con TVE y RNE. Incluso para ver el tiempo en sus ciudades, ven TVE. Entienden el idioma, lo hablan. La diferencia que hay entre un tangerino y un madrileño es la misma que hay entre un cántabro y un andaluz. Indudablemente está el tema de la religión, pero esto no tiene mucha influencia en la esfera pública, sino que es de la esfera privada, aunque tenga alguna apariencia, pero no entra en los contactos, en las costumbres, en la comida. La comida que prepara un tangerino es más o menos igual, quitando el cerdo. Es más, cuando se habla de que la inmigración latinoamericana es más similar culturalmente, esto me choca, porque una persona de las montañas de Perú o Bolivia está más lejos de un madrileño que un tangerino. Tánger está a tres kilómetros de Ceuta.
- Encuentran algún problema de adaptación los otros, porque viven en un gueto cerrado. Y esto no es sólo para los inmigrantes marroquíes del Sur. Esto es un problema para todos los inmigrantes, porque todos viven en comunidades, y la política en España todavía no ha tenido éxito en cambiarlo. Esto es algo humano, no está relacionado con la cultura ni con el origen de la inmigración. Cuando los españoles iban a Alemania, iban al bar de Manolo. Es humano. Cuando vienen buscan a gente de su nacionalidad y cultura, porque han pasado por la misma experiencia y saben lo que son los primeros días, cuando nadie conoce a nadie. Los primeros días son duros. No podemos hablar de convivencia. Convi-

vencia es cuando hay interacción. En el trabajo tampoco hay convivencia, me interesas porque haces el trabajo y a las seis de la tarde vete a tu casa a dormir.

- Aquí pueden comportarse como cualquier emigrante marroquí dentro de Marruecos, en alguna ciudad de Marruecos. Alquilan una casa cuatro o cinco, distribuyen las tareas y hacen un fondo común. Notan diferencia en Sanidad y Educación. En lo que se refiere a dar información, hay mecanismos que se han creado para esto, pero los inmigrantes no saben de estos mecanismos, no acuden a estas instituciones, y por ello no podemos hablar de una acogida como tal. La mayoría acude al vecino, al del barrio, para la acogida. No muchos van a cursos de español. Vienen interesados en ganar más. Saben tres o cuatro palabras que les facilitan buscar trabajo. Muchos ejercen profesiones que no son lo suyo, por no tener la homologación. El trabajo es duro, hacen horas extras para enviar dinero a sus familias, y no van a estos cursos. Una mayoría trabaja en la construcción y agricultura.

«No se acogen al retorno porque no quieren perder la oportunidad de tener la nacionalidad»

- En estos momentos, muchos mandan a sus familias a Marruecos porque no pueden pagar la hipoteca, especialmente los que tienen niños que no están en edad de escolarización y que no les afecta mucho el cambio. Vuelven al modelo de los años noventa. Tienen que volver a empezar, y ya con sus cuatro colegas o cinco están en la casa de uno para abaratar el alquiler. Lo ahorrado lo mandan a su familia a Marruecos. Con doscientos euros una familia puede vivir no bien, pero medianamente.
- No se acogen al retorno porque no quieren perder la oportunidad de tener la nacionalidad, ya muchos llevan cinco o seis años aquí, y el retorno implica devolver la tarjeta de residencia. La cantidad que se ofrece no es mucha. La mayoría

cobraba además en negro, y el dinero que dan está relacionado con la cotización, la mayoría tiene seis o siete años cotizados.

- No entienden que haya españoles que se consideren perjudicados ante la ayuda social que beneficia a los inmigrantes: guarderías, centros escolares, vivienda... Su razonamiento es que España es una democracia. Prefieren no ponerse en piel ajena. Sienten que tienen derechos porque viven aquí, cotizan y pagan impuestos igual que el español.

«Los periodistas tienen que aprender a acudir a las fuentes. Y a utilizar bien las palabras. Si se utilizan mal las palabras se puede criminalizar a todo un colectivo»

- La mayoría, con la parabólica, contacta con los medios de sus países, especialmente la televisión. Ven sobre todo la tele, los que acceden a periódicos y radios son muy pocos. Está relacionado con el nivel educativo.
- En algunos medios de pago hay información útil, pero se notan faltas. Se habla de clichés, estereotipos, pero no se habla del fondo de la cuestión. No interesa servir al inmigrante. También el lector inmigrante es minoritario y no interesa.
- Hay que coproducir con las televisiones de los países de procedencia. También habría que buscar programas aquí, una vez instalados, para facilitarles la tarea, porque muchos tienen el complejo que tenían en sus países frente a la Administración y lo trasladan aquí. Esa relación de miedo hace que no acudan a la Administración para solucionar sus problemas. Como no tienen complejo hacia los medios de comunicación, sería idóneo trasladar los programas de los ayuntamientos o de la Administración en general al formato audiovisual. Pero no se hace. Y lo que es peor, los medios de comunicación no consultan las fuentes adecuadas. En lo que se refiere a la inmigración y al Islam, desde luego no. Cuando hace un tiempo unos pakistaníes

fueron detenidos en Barcelona por evadir el IVA y enviar dinero a sus países, los medios resaltaron que una red de financiación de terrorismo había sido desarticulada en España. Era el día de la investidura de Obama creo. Rubalcaba aclaró que era por evadir el IVA, no por otra cosa, pero los medios lo dieron el día que todo el mundo estaba interesado en la investidura de Obama y consultaba más la prensa.

- Recalcan el origen cuando se trata de una cosa mala. Cuando se trata de una cosa buena no hablan del origen. Por ejemplo, una chica catalana de origen marroquí que ha ganado el premio de las letras catalanas, como es un triunfo, hablaban de la catalana...
- Los medios criminalizan, fomentan la xenofobia, cuando repiten mentiras, cuando no acuden a las fuentes correctas, cuando buscan lo anecdótico. En el caso de los musulmanes, buscan lo más anecdótico porque les interesa. Por ejemplo, en una entrevista en *ABC* a Salman Rushdie se aprecia que el centro de atención es relacionarlo con el Islam, con la Fatua, porque hoy se cumplen los 20 años. El propio señor decía: «La Fatua no me importa, es sólo una vieja historia», pero la periodista no había acudido allí para hablar de Salman Rushdie, sino para hablar del Islam, de los musulmanes y de la Fatua de Jomeini. A sabiendas de que él mismo proclamó una contra-Fatua, pero los medios de comunicación están interesados por la primera, no por la segunda.
- Siempre repiten los mismos esquemas y esto calienta o prepara el clima para una oleada de xenofobia, añadiendo los ingredientes necesarios que son la ignorancia, que la tenemos; las informaciones falsas, que las tenemos; y faltaba la crisis, y ya está aquí. Porque cuando la persona no trabaja le da vueltas a la cabeza. Ya tenemos tres ingredientes, podemos encontrar sin problemas la xenofobia.
- Ser musulmán aquí en España es más difícil después de marzo de 2004 que en los noventa. También en el alquiler de viviendas hay preferencias. Creo que las facultades de Periodismo tienen mucha responsabilidad, pues forman a los periodistas, que a su vez son formadores de opinión pública. Tienen que formar de manera correcta. Los periodistas tienen que aprender a acudir a las fuentes. Y a utilizar bien las palabras. Si se utilizan mal las palabras se puede criminalizar a todo un colectivo.

4. ASOCIACIÓN PARA LA PREVENCIÓN, REINSERCIÓN Y ATENCIÓN DE MUJERES PROSTITUTAS (APRAMP)

«Una de las caras de la inmigración en España es la trata de mujeres»

«Son inmigrantes entre un 90% y un 95% de las mujeres que ejercen la prostitución en España»

Rocío Mora:

- Una de las caras de la inmigración en España es la trata de mujeres. Son inmigrantes entre un 90% y un 95% de las mujeres que ejercen la prostitución en España. Se trata de mujeres que en un principio procedían de Ecuador, Países del Este y Nigeria, y que ahora vienen principalmente de Nigeria, Brasil y Rumanía. Llegan a España por las situaciones de pobreza y necesidad que viven en los países de origen. En ocasiones les explota la propia familia por necesidad. La familia decide que vengan para sufragar una deuda, pero no saben en qué condiciones ni en qué están trabajando. Unas vienen engañadas, son raptadas. Otras vienen por voluntad propia, pero no para ejercer la prostitución. Vienen a través de redes que les obligan a arriesgar y no preguntar. Se aprovechan los que compran «carne humana» en los países de origen para comerciar con ella en España.
- No hablamos sólo de prostitución, sino de violencia y de vulneración de derechos. Son captadas para su explotación sexual. Se trata de personas que vienen como irregulares, y que no son conscientes de los procesos de regularización, se les priva de pasaporte para que pierdan su identidad. Las mafias les dicen: «no te va a pasar nada, quien tiene que tener tus documentos soy yo». Saben

que no van a salir, que no tienen otra posibilidad de vivir que no sea entre cuatro paredes. Si les dan una paliza ni el cliente les ayuda.

- Diariamente a APRAMP acude un elevado número de mujeres que buscan salir de esa situación. El año pasado de 69 demandas 47 regularizaron su situación. Lo que es poco para una media de 280 mujeres diarias, y de 2.000 ó 3.000 mujeres mensuales.
- No están identificadas como víctimas de trata y se les confunde con prostitutas. Hemos publicado una guía para tener instrumentos, de manera que cualquier persona pueda identificar una víctima. De ello depende que ella quiera salir. Si no se sabe, se puede pensar que están en esta situación porque no quieren fregar suelos. Las mafias las tienen aisladas y ellas no tienen información. Tanto los dueños de locales como los proxenetas quieren que estén aisladas.
- No hay que poner sobre las espaldas de las mujeres la responsabilidad de que denuncien, pues no pueden hacerlo, si lo hacen se pone en peligro su integridad. Todos deberíamos saber identificar a una víctima y facilitar toda la información, vayan o no a denunciar.

«Se aprovechan los que compran “carne humana” en los países de origen para comerciar con ella en España»

- A ello se une la dificultad para identificar a las redes, ya que las redes son muy diferentes según los países de origen y las estructuras de las mismas. Son más violentas las de los países del Este. Los nexos dependen de los países. Hay personas de los países de origen, pero también hay personas del país de destino. Pero hay una total variedad de redes. Cambian para que no tengamos la información. Cuando se detectan los casos, desde APRAMP se les da información para romper el aislamiento. Se les da la posibilidad de integrarse en el país de acogida. De aquí que todo el trabajo sea darles una atención integral: autonomía para ser insertadas, cursos de castellano, formación para el empleo. Se les ayuda hasta tener una nueva vida.
- Nosotros trabajamos con los países de origen, donde la desinformación hace que las mujeres vengan sin saber las condiciones. Hay que trabajar sin victimizar a la mujer. Queremos que la mujer lo cuente en primera persona. Creemos que hay que proteger a la mujer y no victimizarla.
- Hay ayudas también para el retorno. Pero hay que protegerlas en el país de origen porque las mafias pueden seguir buscándolas. Allí hay que acentuar la atención y protección. Eso es lo que está fallando. Hay que incrementar los proyectos en el país de origen para apoyarlas y protegerlas igual que en el de destino para lograr su inserción en la sociedad de acogida. Hay que hacerlo como algo necesario.

«Se han observado cambios en el antes y después del Plan Integral. Hoy se mira de frente al tema: trata de mujeres con fines de explotación sexual»

- Desde APRAMP se valora positivamente el Plan Integral de lucha contra la trata de seres huma-

nos con fines de explotación sexual. Estamos contentos con el Plan Integral, porque es una ley que obliga a luchar contra la trata. Ofrece un marco legal. Ahora se empieza a hablar de trata y no de prostitución. Todavía hay medios que hablan de que éste es un plan para la prostitución. Nosotros no estamos cuestionando la prostitución.

- Se han observado cambios en el antes y después del Plan Integral. Hoy se mira de frente al tema: trata de mujeres con fines de explotación sexual. Antes parecía que nosotros victimizábamos a las mujeres. Todavía hay mucha gente que piensa que la solución es regularizar la prostitución. Nosotros no pensamos que la solución sea regularizarla como un trabajo, pues provocaría un efecto llamada en los países de origen. Precisamente en lo que respecta a los países de origen, deberían contarles en qué situación están en España. Hay que dar información para que ellas elijan en libertad.

«Te hartas de hablar con ellos [los medios] y cada vez van más al morbo. No tienen claro ni los términos. Hablan de trata de blancas y ahora son blancas, negras...»

- Los medios de comunicación tienen un papel que cumplir en lo que respecta al tratamiento y enfoque de la realidad de la prostitución, y especialmente de la prostitución ejercida por mujeres inmigrantes: son muy pocos los medios que realmente están dando una buena información. Te hartas de hablar con ellos y cada vez van más al morbo. No tienen claro ni los términos. Hablan de trata de blancas y ahora son blancas, negras... Confunden a la sociedad. Son muchos los medios que terminan contando el morbo, sin hablar del problema. Sería importante que los medios tuvieran un código deontológico.

5. COMITÉ PARA LA EDUCACIÓN E INTEGRACIÓN DE INMIGRANTES CHINOS EN ESPAÑA (CEICHES)

«El 80% de los inmigrantes chinos en España provienen de una misma comarca»

Carlos Chao:

- Los inmigrantes chinos que han llegado a España vienen porque son emprendedores, porque quieren labrarse un futuro mejor. La mayoría no eligió España. Casi todos venían al principio pensando en ir a otros países: Estados Unidos, Reino Unido, etc. Otros sí eligieron España, no por ningún *efecto llamada*, sino porque aquí tenían contactos, familiares o amigos, conocidos. Hay que destacar que el 80% de los inmigrantes chinos en España provienen de una misma comarca. La mayoría es pobre, pues el que está bien en su lugar de origen no quiere salir, claro está que también hay empresarios y millonarios que vienen para hacer más negocio.
- Aquí la vida es más dura de lo que se creían muchos. Notan diferencias entre sus costumbres y las de aquí. Al principio casi nadie piensa en quedarse, muchos estaban aquí de tránsito o pensaban sólo en una estancia temporal, pero con el tiempo, les ha gustado el país y han traído a su familia. El reagrupamiento familiar se produce cuando se establecen y logran una estabilidad económica.
- Muy pocos chinos se están acogiendo al retorno voluntario. La oferta es muy poco tentadora, no

hay muchos que hayan cotizado lo suficiente como para tener una prestación significativa, y no olvidemos que la crisis es mundial, en China hay ahora mismo 250 millones de parados.

- En España se podría decir que los inmigrantes están dejados en manos de Dios, a pesar de que su aportación al bienestar de la sociedad es inmensamente superior a la ayuda que reciben. Nosotros recibimos ayudas de la Consejería de Inmigración, del Ayuntamiento. Una media de cinco mil euros al año en nuestro caso. Pero no tenemos suficientes elementos para hacer una valoración de las ayudas.
- ¿Que hay españoles que viven por debajo del umbral de la pobreza? ¿Y qué porcentaje de inmigrantes están aún más bajo?

«Los medios españoles no reflejan la realidad que viven los inmigrantes»

- La prensa escrita en nuestra lengua es nuestro medio de información. Los medios para inmigrantes aportan una información muy básica y práctica. Los escritos son los que ofrecen una información más útil.
- Definitivamente, los medios españoles no reflejan la realidad que viven los inmigrantes.

6. ASOCIACIÓN CULTURAL DE AYUDA E INTEGRACIÓN AL PUEBLO RUMANO

«Los gitanos rumanos influyen en la mala imagen de todo el colectivo»

Cristina Linu:

- Nuestra Asociación está integrada en la FEDROM (Federación de Asociaciones Rumanas de España) que se creó en 2002 en Alcalá de Henares. Es la más grande de España.
- La comunidad rumana es una de las más numerosas de España. Primero la gente fue a Italia, después de los problemas se buscó un nuevo destino y en España el idioma es fácil para nosotros. En 2001 había unos 10.000 rumanos. Ahora hay un millón. Ha habido una entrada masiva y las puertas de entrada han sido Coslada y Castellón. El Corredor del Henares es muy importante para la comunidad rumana. Los primeros que llegaron eran adventistas y llegaron con ayuda de la comunidad adventista española ubicada en esta zona.
- Los gitanos rumanos influyen en la mala imagen de todo el colectivo. Hay 25.000 gitanos de origen rumano frente a 720.000 empadronados y un millón de rumanos en realidad. Nosotros hemos pedido que se dé información real de Rumanía. Después de los problemas en Italia el Gobierno rumano organizó una campaña de mejora de la imagen de los rumanos.

«Los inmigrantes también son racistas. Nadie les ha obligado a venir aquí»

- La gente llegó sin información. Por la presión social no puedes contar a los tuyos lo que hay, y piensan que esto es una maravilla. Al principio no se empadronaban por pensar que el padrón cruzaba los datos con la policía. Ahora todo ha cambiado, para empadronarte primero necesitas el NIE, Número de Identificación de Extranjeros. Se ha avanzado mucho. En Coslada las notas de prensa del Ayuntamiento salen en rumano. En las páginas de la ciudad digital de Coslada hay versión en rumano. Los ayuntamientos en sus servicios sociales hacen cada vez más programas para inmigrantes. Donde aceptan inmigrantes cualificados es porque ven un negocio.
- Los inmigrantes han creado trabajo. Hay más inmigrantes autónomos que españoles. Acusar de racismo a los autóctonos es no darse cuenta de que los inmigrantes también son racistas. Nadie les ha obligado a venir aquí. Si se encuentran los dos rechazos la integración es más difícil. Los mismos rumanos son racistas.
- Los medios étnicos intentan hacer justicia pero dentro de nuestra comunidad, porque publicamos en rumano y algo en el suplemento en castellano. De alguna manera también queremos abrirnos a los demás que no conocen el idioma.

«Es mejor que la gente vuelva»

- Con la crisis la gente se está quedando sin trabajo. Pero no quiere retornar. Nadie se cree lo del millón de puestos de trabajo que ofrece el Gobierno rumano. La crisis que vive España empieza a afectar a Rumanía. Tenemos cien mil rumanos en paro en España. Si vuelven a Rumanía el sueldo es menor que el paro de España. Sólo vuelven los que han trabajado sin contrato y no cobran paro. Es preferible que la gente vuelva.
- Es una ventaja ser ciudadanos comunitarios, pero también una desventaja, pues no lo somos de pleno derecho. Podemos residir pero no trabajar, sólo como autónomos. Para trabajar se necesita permiso de trabajo. No podemos cobrar el paro conjunto por ser ciudadanos comunitarios,

y no tener sentido el límite temporal para volver a entrar en España en tres años. Muchos rumanos estarían interesados en cobrar ese paro conjunto, por lo que FEDROM firmó un convenio marco con UGT para facilitar la vuelta. Se están buscando alternativas similares con la ayuda del Gobierno rumano para facilitarles la vuelta. Pero la gente prefiere estar aquí sin nada un tiempo, intentan seguir con sus vidas. Hay gente que ha vuelto a Rumanía y ha vendido todo aquí, otros tienen créditos y no pueden volver, están bloqueados. Hemos tenido años en los que el dinero que llegaba del extranjero a Rumanía era más que el que generaban las propias empresas de Rumanía.

7. ASOCIACIÓN CULTURAL INTI RAYMI

«Mediante actividades como la danza buscamos la integración»

Milagros Tovar:

- La Asociación Cultural Inti Raymi, peruana, busca rescatar tradiciones que los hijos no han conocido y mostrar a los ciudadanos españoles nuestra cultura. Mediante actividades como la danza buscamos la integración. A través del arte la gente accede a la integración con mayor agrado.
 - Hay muchas cosas que no han salido a flote. Hace ocho años no había red social, la administración no estaba preparada. Era difícil para los que llegaban. Éramos extraños. Cuando Estados Unidos y Canadá reciben inmigrantes allí todos han llegado de fuera, pero aquí era una sociedad homogénea, el que llegaba era el extraño y no vas a abrir las puertas al extraño.
 - El ser portavoz de una cultura, de una manera de pensar, es una responsabilidad. Nosotros mismos deberíamos tener cuidado al expresar la visión del colectivo, pues los medios rescatan esa visión estereotipada y luego sigue como una bola de nieve y luego dicen *los musulmanes* son así, o *los latinos*... Nosotros deberíamos tener más prudencia al expresarnos.
- «Si el español aprecia tanto el ocio es que se lo puede permitir, es porque hay dinero»
- La ventaja de nuestra asociación es que recaudamos dinero haciendo cosas y luego decidimos qué proyectos hacemos. Nosotros organizamos actividades con centros de mayores y recibimos dinero a cambio de nuestros servicios. No estamos sujetos a ninguna directiva de nadie. Siempre hemos sabido que es importante para la vida de la asociación mantener un equilibrio con la Administración.
 - Creo que los hispanoamericanos de alguna manera hemos sido más beneficiados. No teníamos problemas de idioma. La diferencia de piel no era tan distinta. La ley nos beneficiaba. Por eso hay colectivos latinoamericanos que ejercen sus profesiones y ocupan puestos directivos. No venimos con la idea de decir quiero trabajar de pocero. Pero también tienes otras necesidades y aceptas el trabajo que puedes. Luego cuando tienes casa, papeles, piensas que puedes tener algo mejor. Donde aceptan inmigrantes es porque ven un negocio.
 - Nosotros estamos acostumbrados a un horario sin pausas, a un ritmo de trabajo de muchas horas, y vemos que si el español aprecia tanto el ocio es que se lo puede permitir, es porque hay dinero.

8. EXPERIENCIAS PERSONALES. HISTORIAS DE VIDA

Diadie Youba:¹

«Levantarse era muy difícil. Hay veces que te paras y dices trágame tierra, no sabes dónde ir, qué hacer. Es una inseguridad tremenda»

- Vine de Mauritania como estudiante, el 16 de septiembre de 1993. Llegué con 28 años y ahora tengo 43. Hice el Doctorado en Economía con una beca que me había dado Cooperación Española. Cuando llegué me di cuenta de que aquí no se hablaba francés en todos los sitios, yo sabía inglés, pero no mucho, lo que había estudiado en el instituto y la universidad, pero no practicaba.
- Entonces no había redes sociales para apoyarme. Estuve en la embajada y estaban despistados. Me informaron de que había mauritanos en el Metro vendiendo tabaco y me fui a buscarlos. Me encontré en avenida de América con un mauritano y me llevó a su casa. En aquel momento en Madrid había unos 10 mauritanos.
- Empecé en el mercado laboral en el año 2000. El primer problema era conseguir autorización para trabajar teniendo tarjeta de estudiante. El empresario tenía que darte de alta en la Seguridad Social. Tenía que hacer él la gestión y no te la hacía. Al final un amigo me hizo los trámites de alta en la Seguridad Social. El primer trabajo fue de expendedor de gasolina durante tres me-

ses, y llegué a pensar que era el oficio de mi vida. Era una gasolinera de Segovia, por donde pasaban muchos turistas. En ese tiempo hice más de mil contactos. La gente me contaba sus problemas y me daba propina. Recuerdo una mujer que no llevaba suelto y volvió al día siguiente para darme 500 pesetas. Era curioso, la gente esperaba a que estuviera *el negrito* para la gasolinera. Me preguntaban por qué siempre reía.

- Pero en los bancos donde solicité trabajo no me querían por ser negro, inmigrante, por mucho que supiera, no encajaba. Entonces hice los cursos de Mediador Intercultural en la Escuela de Mediadores, dependiente de la Comunidad, y que en aquel momento gestionaba la Universidad Autónoma. Terminé el doctorado y empecé a trabajar en la Cruz Roja como economista, me encargaba de hacer los estudios de viabilidad de los microproyectos. También trabajé en el Ayuntamiento de Parla y en el de Leganés como asesor de empleo y microcréditos. He trabajado en la Complutense como administrativo. Reconozco que soy privilegiado, pero no sin baches. Levantarse era muy difícil. Hay veces que te paras y dices trágame tierra, no sabes dónde ir, qué hacer. Es una inseguridad tremenda.
- En la Asociación hacemos cosas pero siempre a remolque. Las ayudas a las asociaciones dependen del perfil del inmigrante que las pida, de si se mueve o no la subvención, y de la prisa

1. Representa a la Asociación África NEMA-CAFO, Juntarse por la paz, constituida por inmigrantes de diversos países de África subsahariana, residentes en Madrid. Realizan acciones de ayuda mutua (información, orientación, asesoramiento laboral, clases de español y de árabe...).

en moverla, y también del número del colectivo. Lo que quieres hacer no es lo que te dejan hacer y lo que te hacen hacer en realidad lo haces porque hay que hacerlo. Por ejemplo, tuvimos la idea de montar guarderías para inmigrantes en las que trabajasen jubilados, pero hubo impedimentos legales, que si los seguros, etc. Pedimos también los espacios interculturales y no los hicieron como nosotros queríamos. Yo lo que quería era un espacio no sólo para inmigrantes, pues estamos hablando de integración.

«La gente de la patera no está pasando hambre, es una oportunidad, una aventura. Hay gente que deja un centenar de vacas, que allí es una auténtica fortuna»

- Cuando estaba en Mauritania yo no entendía qué le impulsaba a la gente a salir de su país y no regresar. En Mauritania soy de clase media. Al llegar aquí lo entendí. Yo salí como estudiante, y tenía que volver con el doctorado fuese como fuese. Comprendí que la gente no vuelve por no haber logrado la meta. Esto es «el dorado», y ha habido ejemplos de triunfo de algunos que han vuelto. No importa cómo vivían aquí.
- Yo me he sentado en mi pueblo diciendo que Occidente no era un camino de rosas y no me creían. Había gente cuyos hijos abandonaban la escuela y a los 18 años los traían a Occidente, especialmente a Francia. Mi padre es alfabeto. En toda mi familia no había ningún emigrante. En el resto de las familias había tres o cuatro. Si yo les explico que esto no es un camino de rosas, ellos no me escuchan. Los consulados y embajadas son también cómplices. Los visados se venden y luego te dicen que es complicado saber cómo se hace, y no es complicado, si te compran un visado es más barato que venir en patera. Antes la gente pasaba por Argelia, Marruecos, por Libia para Italia, por Túnez para España y para más arriba, porque los sueldos eran mayores.

- La gente de la patera no está pasando hambre, es una oportunidad, una aventura. Hay una aventura que se saldó con éxito y entonces hay que ir a buscar el éxito. Hay gente que deja un centenar de vacas, que allí es una auténtica fortuna. Pero cuando llegas a la madurez hay que salir sea quien sea tu padre. Salir como si fuera un paso de madurez. Ahora es de país a país, antes se salía al pueblo del vecino. Se decía «si eres mal criado y sales al mundo, éste te devolverá a tu sitio, te enseñará lo que es la mala educación». Si no has salido eres un ignorante. Hay que salir para saber lo que hay alrededor. Ahora los alrededores ya no son el pueblo de al lado, son otro país. Unos han salido y han vuelto y eso es modernismo y esto nos ha conducido al fracaso. En las pateras se mete gente que quiere salir para prosperar. Salir para traer. Hay una competencia grandísima. Hay que hacer el viaje. Para que no cogieran las pateras, el viaje tendría que ser un reto imposible. Pero como hubo gente que cogió la patera, es posible, es la fe. La fe en que ese día no me tocaba morir y no moriré. O al contrario. Se dice que el hombre tiene que sufrir, trabajar, que tener aguante y, además, si te dicen que hay que tener fe, ya te matan... Si subiendo a la patera puedes morir o no, ya no puedes decir que no, y también estás obligado a triunfar, porque el hijo de tal ha triunfado.

Huir de la presión social

- Yo no vuelvo porque allí ahora tendría a mi cargo a toda la familia, padres, hermanos, tíos, primos, y es una responsabilidad. Podría ser profesor en la Universidad, pero no me apetece volver para tener que desviar dinero de proyectos para mantener a todos, o tener que escalar en la vida política. No me apetece comportarme de esa manera. Si a cada uno que venga a pedirme le digo que no, es una vergüenza. La sociedad te empuja a comportarte de esta forma. Aquí estoy fuera de la presión social de Mauritania. Estoy a distancia, escondido. El que me pida, pide

por teléfono. Estar a distancia es menos problemático, allí te piden diariamente. Si se pudiera llevar a Mauritania la estructura social española yo volvería, ya que tendría más calidad de vida, estaría mejor en mi sociedad, sería Diadie, sería libre. Aquí no soy Diadie.

- Cuando vine no había visado Schengen. Los mauritanos que pedían los visados de España y venían, querían ir a Francia. Es curioso que yo me encontré de repente como que era el cabecilla de un tráfico tremendo. Venían y me buscaban por teléfono. Les llevaba a casa. Al día siguiente les cogía y les llevaba a Atocha y les compraba el billete con su dinero. Les daba un zumo o un yogur para el viaje y salían en el tren de Chamartín que iba a París por la noche. La gente daba mi nombre en el pueblo para decir que yo pasaba a la gente de Madrid a París. Habría podido lucrarme pero no lo hice. Cuando volví al pueblo era célebre y dije que no quería saber nada de nadie. Yo ni siquiera conocía la Ley de Extranjería.
- También el emigrante es un poco mentiroso. Cuento una anécdota real. Un primo me dice que le ayude, que había gente que traía a otra de Mauritania a España y querían cobrar unos mil euros de aquella época. Le dije que yo no tenía dinero, que como mucho si tenían contactos en España pagaba la diferencia. Hablo con los que lo llevaban y me dicen que tienen barcos, no pateras, que llevan a la gente en coche hasta Marruecos y allí les montan en barcos de 50 personas hasta Canarias. En Canarias tendrían un hotel en el que se quedarían 40 días y después daban papeles de hombre libre para buscar trabajo. Contado de esta forma es una maravilla, pero la versión real es que te cogían en coches de Mauritania hasta Marruecos, podías quedar muerto en la arena, porque había vigilancia marroquí y si te cogían te podían devolver muerto o lo que fuera. Te quedabas allí y cada tres días te daban un pan, una lata de sardinas y un bidón de cinco litros de agua. Eran traficantes. Te metían en la patera, una patera de las malas, ahora

vienen en cayucos que tienen más puntos. Suponiendo que te salvases y llegases a Canarias, el hotel de acogida era la cuarentena de Cruz Roja. Saliendo después de los cuarenta días se sabía que no te podían repatriar, te daban la expulsión debajo del brazo, y como en Canarias habían un montón de inmigrantes, te llevaban a la Península, entrabas en la Comisaría y te preguntaban si conocías a alguien, de no ser así te decía que te devolvían a tu país y la gente salía corriendo. Ahora hay sitios de acogida, pero hasta 2005 no había nada.

- Cuando yo estaba trabajando en la regularización de 1999 que aprobó el Gobierno, se estableció que no se expulsaría a las mujeres extranjeras con hijos menores, y fue una trampa mortal para las inmigrantes. Todas tuvieron un bebé y resultó ser un peso más. Te han hecho tener un niño para tener una prueba y que no te puedan expulsar. Fue una trampa que puso la Administración. Nosotros los africanos, para tener hijos no tenemos que esperar a tener casa, millones, etc. El niño viene con su pan. Ésta es nuestra cultura y es otra trampa.
- El comentario de «el inmigrante ha venido a hacer el trabajo que el español no quiere hacer» no es verdad. La realidad es otra. Cada uno tiene una meta. El español que está en el paro está en su red social. Yo que vengo de fuera, vengo a buscar trabajo y no me importa en qué. Eso es una meta. No he venido a buscar lo que el español no quiere. Siempre he luchado por un espacio intercultural, y eso se ha hecho mal.

«La inmigración más famosa es la más minoritaria, las pateras»

- Ningún país del mundo está preparado para la inmigración. Aunque todos la necesitan. El español es racista y clasista con el de fuera. También es muy señorito, le encanta quedar bien. Uno me decía: «Yo no soy racista, trabajo con uno como tú», pero yo le decía: «También le estás explotando.» Tampoco hay que olvidar el pa-

ternalismo. Pero si uno tiene buenos modales, se puede capear sin problema.

- Y luego están los piques entre inmigrantes. Son juegos de trampas, que más que unir, separan. Siempre están las «Madres Calcuta» (ONG) que hacen dos o tres cosas bonitas y salen en la foto. Todos dependen de las subvenciones. Todos quieren ser una «Madre de Calcuta» porque hay alguna subvención. No hay que olvidar que las ONG también son una fuente de trabajo. Un medio de vida.
- Las ayudas de las ONG están solapadas, no hay estructura, no hay orden, no hay criterios. Hicieron los centros de acogida de subsaharianos sin contar con nosotros. Hacen proyectos y luego van a buscar usuarios y nosotros tenemos usuarios y no tenemos medios.

«Muchos españoles tienen una imagen pésima sobre la inmigración porque sólo conocen lo que dan los medios»

- De la prensa me choca que uno, si es profesional, ha de hacer su trabajo de una forma profesional. La gente rebusca respecto a la inmigración; por ejemplo, la inmigración más famosa es la más minoritaria, las pateras. La prensa siempre busca los criterios de diferencia más que lo común. Muchos españoles tienen una imagen pésima sobre la inmigración porque sólo conocen lo que dan los medios. Por nuestra parte, nos hemos acercado a los medios. Para mí es una lucha personal.

Bárbara Kurasz:²

«Yo trabajaba en Polonia como ingeniero y cobraba unos 30 dólares al mes»

- Llegué a España el 27 de julio de 1989. Vivo en Alcalá de Henares. Trabajo en el servicio doméstico, como la mayoría de mis conciudadanas.

- Al principio moverse era complicado. Vinimos de países comunistas y en 1989 era muy difícil obtener visados. Yo vine como turista. Tuve dos contactos: uno, el hermano de una amiga que vino unos meses antes, y otro del marido de otra amiga, que vivía en Getafe. Pero fue difícil encontrarse. En aquella época no había móviles y me dieron mal el teléfono de contacto.
- Yo trabajaba en Polonia como ingeniero y cobraba unos 30 dólares al mes. Una vez en España, si no me quedaba me endeudaba para toda la vida. Una chica nos llevó a Alcalá con nuestro contacto y nos buscaron un piso. En aquel tiempo si uno pedía asilo, en el mismo momento podía pedir ayuda de Cruz Roja, te daban unas 30.000 pesetas. Yo las cobré como exiliada política.
- Mucha gente tenía idea de irse a Estados Unidos, pero viajar de nuestro país a Estados Unidos era imposible, por lo que la gente salía por Italia, Francia y España, que eran el puente aéreo. En 1989 salió el último avión con exiliados, aunque no eran auténticos exiliados. Luego abrió Canadá. Aquí no se sabía qué iba a pasar, no hubo regularización hasta 1991, luego la tarjeta se renovaba cada año y era complicado. Para ir a Canadá se necesitaban unos dos mil dólares. En Canadá, la situación era más segura laboralmente, pero a la gente le gustaba más España por el estilo de vida. Así que había que ayudar a la gente a estar aquí y no perder la cultura. Acercarse al ministerio era complicado.

«Alguien de arriba decide en qué gastar»

- Así que empezamos a organizarnos. Se comenzó en 1991 con el colegio en polaco los sábados. Abrimos una casa polaca para actividades culturales. Entonces las asociaciones no tenían ayuda ni de Polonia, ni de España. La Asociación ha ido dependiendo en su desarrollo de los diferentes gobiernos, de Alcalá y de la embajada. Ha habido listos y tontos. Hubo asociaciones que

2. Asociación de Polacos en España, Águila Blanca, legalizada en 1993.

trabajábamos sin recibir dinero, otras se lucraron de este tipo de ayudas.

- Alguien de arriba decide en qué gastar. Las subvenciones vienen por Servicios Sociales, Consejería de Inmigración. En una ocasión la Consejería de Servicios Sociales llamó buscando propuestas porque había dinero. Les interesaba el tema de los que viven al borde del río Henares. Cáritas intentaba hacer algo, pero necesitaba ayuda de nosotros. Nuestra asociación se ofreció y lo intentamos. Nos reunimos con Alcohólicos Anónimos, pues ellos tenían experiencia. Pero al poco van y nos dicen en la Consejería que no se va a hacer nada. Que lo que se va a hacer son bailes por la calle. Dieron más de mil euros. Nos dio para traer un grupo de folclore. Pero lo que realmente era útil no se hizo.
- Hace años la gente se hacía fotos en las mansiones en que trabajaba como interna y decía que vivía así, con la piscina. Sus familiares tal vez sabían la verdad, pero los vecinos no. En Polonia no existía servicio doméstico y se quedaban con la boca abierta cuando decías que trabajabas como interna.
- La gente no te cree. Me fastidia cuando se habla de *efecto llamada*. Es al revés, la gente te busca, se te presenta y te dice que le ayudes. La gente está muy apretada en su país y sale. A mí me vino poca gente porque decía las cosas claras de cómo está la vida aquí. También mucha gente se fue a Inglaterra, Irlanda e Islandia. En Polonia es más frecuente hablar inglés que español y allí hay más trabajos diferentes, no sólo limpieza y construcción. No veo guetos. La integración no es separarte de los tuyos. Aquí no tenemos familia, y hay que vivir arropados, ayudarse con los hijos.

«Integración no es dejar de hablar polaco, sino que no destaquemos»

- Los polacos hemos ido saliendo a flote. Los hombres trabajaban en el butano y en la construcción, sólo se necesitaba fuerza y si eras listo, en la

construcción te lo montabas como autónomo. A las chicas les ha costado más. Yo he buscado trabajo como ingeniera industrial, con especialidad en metalurgia y título homologado, y aquí no te admiten, es muy difícil. Las posibilidades dependen del grupo social. Los polacos que llegaron al principio tenían formación. Se valoraba más que trabajasen bien, que no que hablasen español. Por ejemplo, cuando pedían asistentes no querían latinas, decían que eran muy lentas.

- Aunque te trataban como amiga en el trabajo, las familias más normales, a la hora de comer tú tenías tu sitio en la cocina, tus cubiertos, y ellos comían en el salón.
- En nuestra asociación nos dimos cuenta de que hay que dar a conocer la cultura polaca, pero también la española. Hemos ido desapareciendo a la vista por haber aprendido las costumbres. Aunque a primera vista somos parecidos, hay cosas que en Polonia no se hacen. A los nuevos les explicamos que no se pueden festejar cumpleaños en casa por el ruido, he visto que la gente lo hace en los bares. Nuestra costumbre es reunirnos los fines de semana en casa y esto es un problema, pues se habla alto, uno bebe. Nosotros nos poníamos los trajes mejores para la iglesia, pero vimos que al trabajo hay que ir arreglados para no destacar, los polacos al principio se ponían chanclas, pantalón corto, una bolsa del supermercado con la comida, y ya estás marcado, la gente sabe que eres extranjero. Ahora te dicen que dónde están, hemos desaparecido al saber qué ponernos. Integración no es dejar de hablar polaco, sino no destacar. Yo creo que España no estaba preparada para la inmigración. Aquí el que llegaba era el extraño y por eso no se le abrían las puertas.
- Nosotros también hemos creado puestos de trabajo para sociólogos, universidades. Yo al principio lo veía como oportunidad. La gente estudia cosas de inmigración. Pero yo siento que España desaprovechó mis posibilidades, yo no tenía un techo. La situación puede cambiar con segundas generaciones.

- Cuando uno llega a un país como España y ve muchos coches, bares llenos y que un café cuesta igual que un paquete de tabaco, piensas que se vive bien. También nos chocan tantos puentes, tantas vacaciones, en mi país no existían, para nosotros esto es nivelazo.
- Con la crisis los primeros que se están quedando sin trabajo son los inmigrantes. La gente algún ahorro tendrá, pero nadie imaginaba esto, y menos tan deprisa. Hasta ahora siempre se había encontrado trabajo. En Polonia había trabajo para toda la vida. Aquí era estresante. Yo no tenía la idea de paro en mi cabeza. Lo que daba Cruz Roja yo pensaba que era porque no trabajabas.
- Se me han abierto los ojos cuando en mi trabajo he visto cómo hay mucha gente con créditos y endeudada. De todas formas suena muy terrible para los españoles eso de no tener trabajo, ni paro. Yo llevo trabajando 15 años en el sector servicio doméstico sin derechos, tienes papeles pero derechos, ninguno. Tampoco se puede acudir a cursos de formación para parados. Gracias a las regularizaciones que se han hecho se ha visto cuánta gente se ha quedado sin trabajo. En la construcción la gente trabajaba sin papeles. Era una medida necesaria que cientos de miles de personas se regularizaran, esta gente existía. En cualquier caso, todo se mueve por clasismo.

Voces aisladas

«Aquí la policía te deja vivir»

Abdoulaye Daf es senegalés. Habla *oulof* (senegalés), inglés, francés y empieza a defenderse en español. Tiene 37 años y hace dos que llegó a España. Era noviembre de 2007. Es muy alto, fuerte, corpulento. Como todos sus compatriotas, de aspecto pulcro, limpio, aseado. Impecable. Llegó a España con visado para un mes de turista. Vino en avión (Dakar-Ámsterdam-Madrid). El vuelo le costó 400 euros (ida y vuelta). Tiene esposa y tres hijos, que se quedaron al cuidado de sus padres y hermanos. No le trajo el hambre o la extrema necesidad. Le trajo la

búsqueda de un porvenir que se prometía halagüeño. Estudió Contabilidad en la Universidad y trabajaba como contable en Dakar. Pero un día se quedó sin trabajo y decidió correr suerte en ese lado del mundo donde estaba el porvenir. No se planteó siquiera quedarse en Holanda. «Hay menos facilidades para los inmigrantes. No puedes vender por la calle. Aquí la policía no te hace nada. Te deja vivir».

Tenía un amigo que había conocido en Senegal. El mismo que le ha prometido conseguirle un contrato de trabajo. «Como hay mucha crisis hay menos trabajos de esos que los españoles no quieren, por ejemplo, guardas de seguridad, dar de comer o cuidar a perros.» «Un inmigrante necesita desarrollar la creatividad porque ahora hay muchos españoles en espera de trabajo. Y tiene que ser así, primero los españoles, luego los extranjeros.»

Vive en un pueblo costero de la costa granadina. Es uno de tantos jóvenes africanos que se dedican a vender vídeos, colonias, bolsos, carteras, CD's... Cada artículo tiene su época: «las colonias se compran más para el regalo navideño, mientras música y vídeos van saliendo todo el año».

Habla dos veces por semana con los suyos. Excepto en Navidad, porque le resulta demasiado triste que su hijo pequeño, «que no se da cuenta de donde estoy, pregunte por los regalos de Navidad».

Definitivamente, no ha sentido racismo en España. En el sur, al menos. Por lo que le han contado otros compatriotas cree que debe haberlo en el norte, menciona Bilbao de oídas...

Tiene esperanzas de no tener que esperar los tres años de residencia en España que se requieren para recibir los ansiados *papeles*. ¿Como probar que llevas tres años? La tarjeta sanitaria (que se la da el ayuntamiento, sin necesidad de estar empadronado), los envíos por *Western Union*, el alquiler del piso... Demostrar que vives aquí.

«Hay otra forma de trabajar legalmente sin esperar los tres años». Lo está intentando. El proceso en su caso es el siguiente: «Envié por correo el pasaporte a mi hermano a Senegal para “probar” que estoy en Senegal. Así me ahorro el viaje (y ese gasto). Mi hermano debe ir al aeropuerto para que el

policía, previo pago, le ponga el sello de entrada en Senegal.» Un empresario español debe reclamarle para trabajar en España. Hay muchos empresarios que cobran unos mil euros por un contrato de trabajo. Con un contrato podría tener los papeles en regla y «venir» a España con el mismo procedimiento: sello del aeropuerto, previo soborno, y envío del pasaporte por correo.»

El abogado de la asociación les ha advertido de que las leyes van a cambiar y que este sistema, tan relativamente sencillo, va a endurecerse. En términos prácticos, esto significa para él que debe quedarse en España los tres años antes de tener papeles. «La salida más fácil sería casarme con una española.»

Su idea es volver a su país eventualmente. Le gustaría traer a sus hijos. No a su mujer. Porque, dice, la mujer africana «aprende» a vivir en libertad, y ya conoce casos en que se adaptan, y dejan a sus maridos. No quiere correr la misma suerte. Este largo viaje le ha enseñado mucho, entre otras cosas, «he aprendido mucho en España», por ejemplo la libertad de las mujeres, que no quiere para la suya.

Vino a España pensando que aquí todo sería más fácil. Ahora ve que no es así. Hay crisis, y hay paro como en su país. Pero la gente les trata bien, les ayuda y la policía hace la vista gorda. Hay asociaciones de senegaleses. Vive con otros cuatro compatriotas en un piso que les cuesta 500 euros, más 25 mensuales por los gastos comunes: electricidad, agua, etc. Se reparten los gastos y a partir de ahí, «cada cual mira por lo suyo». En la venta de discos y DVD's gana como media 30 euros diarios, aunque hay veces que no gana nada durante días. (Cuestan seis euros los vídeos y los CD's, dos o tres.) Puede ganar unos 900 euros al mes. Manda lo que puede a su familia. Como sus compatriotas, recorre las calles, o se instala con su mercancía extendida en el suelo en algún lugar de paso de los viandantes, entra en las cafeterías y deambula por las terrazas ofreciendo su mercancía. Por las colonias, dependiendo de la marca, él paga 10 euros y las vende a 15 ó 20, por otras paga 9 y las vende por

10. Se las vende un español. Los vídeos y CD's, no. «Un compatriota tiene reproductores en el piso.»

Le extraña que aquí la gente no hable idiomas. «Los españoles son muy cerrados.» Pone el ejemplo de Zapatero en la cumbre de Washington, sin hablar con nadie. Lo justifica porque «no sale de España.»

Babacar es también de Senegal, 28 años. Tiene mujer y un hijo. Ambos se quedaron con sus padres y hermanos. «Es nuestra cultura, nuestra costumbre. Las mujeres una vez que se casan pertenecen sólo a la familia del esposo y de ésta es la obligación de cuidar de ellas y sus hijos. La familia propia, una vez que sale de casa para casarse, ya no se ocupa de ella». Estudió informática. Vino porque no tenía trabajo en Senegal. Como sus compatriotas, pensaba que aquí habría más trabajo y posibilidades. Llegó a España en patera y sin pasaporte. «Ya sabía que así no nos pueden repatriar.» La travesía duró nueve días. No quiere hablar del viaje en patera: eran 84, llegaron todos. «Fue muy duro. Al que prepara el viaje le pagamos mil euros, no viaja con nosotros pero contrata a dos que dirigen el barco (pescadores o gentes que conocen la mar). Siempre senegaleses. Llegamos a Tenerife, donde estuvimos unas semanas hasta que nos trasladaron a Madrid. Allí estuvimos 15 días en una "residencia" de la policía. Nos trataron bien. A los 15 días nos dejaron sueltos. Nunca dije de qué país soy (dije que era de Nueva Guinea). De Madrid me fui a Granada porque tenía conocidos». Llevo dos años en España. Me queda uno para recibir los papeles.»

Apenas habla español aún, pero tampoco él se planteó, hablando francés e inglés, instalarse en otro país europeo donde no tuviera problemas con el idioma. «Porque las leyes de inmigración son más duras, y no se permite la venta ambulante. La policía no mira, como aquí, para otro lado para no quitarte la mercancía, aunque a veces tengan que hacer su trabajo y nos retiran el material. La gente nos ayuda. Hay asociaciones de senegaleses, y mezquita». Dice que se sienten bien, que partici-

pan de la vida del pueblo. «Vamos a bares y hablamos con la gente.»

Hay días que puede ganar 45 euros y días que no gana nada. «Ahora se nota la crisis.» Pero aun así logra mandar algo de dinero a su familia, con la que suele hablar dos veces por semana. Vive también con otros 4 compañeros en un piso que les cuesta 500 euros. No ve muchas diferencias entre Senegal y España. «La gente es parecida en todos los sitios.»

El caso de Angelian. La casona debió pertenecer a un rico del lugar sin descendencia. Está rodeada de unos mil metros de terreno arbolado de pinos y encinas... Abandonada desde hace décadas, los arbustos han convertido el antiguo jardín en un frondoso bosque en el que las malas hierbas han ocupado los espacios destinados al paseo familiar, en su día, sin duda, primorosamente verde y apacible.

Es el nuevo hogar de Angelian, su esposa y sus dos niñas, a las que consiguió traer a España en otoño de 2008. Son gitanos rumanos.

En el viejo caserón sobra espacio. Lo que faltan son cristales en las ventanas, cubiertas con plásticos insuficientemente protectores, agua corriente, luz, condiciones, en fin, de habitabilidad. Puertas

desvencijadas, paredes con profundos rasguños, boquetes en las tapias de entrada...

Pero se sienten como en su casa. Es su casa. Hasta tienen un perro que ladra a todo el que bordee las tapias de la vieja mansión.

La luz la toman de un generador instalado por ellos; el agua, de una fuente pública, ubicada en una plaza ajardinada, en el centro del pueblo, a unos 500 metros del viejo chalet. Se les ve cotidianamente con carros de supermercado o de obra, que utilizan para acopiar agua en botellas y bidones. Los mismos carros en los que transportan al viejo y desvencijado chalet todo su arsenal de enseres y material susceptible de instalar en el mercado. A Angelian a menudo se le ve cruzando las calles en bici. Los contenedores son su medio de vida. Angelian y su mujer recogen todo cuanto sea vendible y reutilizable, los electrodomésticos son los bienes más preciados, pilas, cables, piezas, carcasas... todo tiene un valor y, por lo que parece, un mercado, una cadena de la que ellos son un eslabón...

No se esconden, actúan a la vista de todo el mundo. Sus niñas están escolarizadas, los vecinos los aceptan y ayudan... Ni se plantean volver a Rumanía. Viéndoles, parecería que la vida les sonríe...

CUARTA PARTE. EL CONTEXTO

(I) MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INMIGRANTES

José Fernández-Beaumont y José Vicente García Santa María

1. INTRODUCCIÓN

La población inmigrante suele mantener un estrecho contacto con los medios de comunicación. Su interés por estar informada, la búsqueda de formas de entretenimiento de bajo coste y la necesidad de no perder las relaciones con el medio de origen donde residen familiares y amigos, son algunas de las causas principales que hacen que los medios formen ineludiblemente parte de su vida cotidiana. Esto sucede en todos los sitios y, por supuesto, también en España.

Por otra parte, los grupos inmigrantes tienden, allí donde se asientan, a utilizar espacios propios de comunicación para, de esa forma, convertirse en alguna medida en actores sociales y no aislarse de su cultura. Sobre la base de esta hipótesis, se pretende en este apartado analizar los medios inmigrantes que existen en España, los nuevos usos que hacen de ellos los inmigrantes en cuanto que sirven para mantener su identidad cultural y la vinculación con los territorios de los que proceden.

De acuerdo con estos planteamientos y siguiendo algunas de las directrices definidas inicialmente por especialistas como Robert Park, Russell King y Nancy Word, se describe aquí, en primer lugar, el contexto demográfico y económico de la inmigración, para pasar a continuación a la consideración de los medios existentes para inmigrantes y sus contenidos.

Además de la exposición de datos cuantitativos, se aportan en este informe marco reflexiones sobre la dieta mediática general de los inmigrantes

y otros aspectos relacionados. Se utilizan para ello las fuentes más contrastadas, en especial el *Estudio de Medios para Inmigrantes* (EMI) y el informe de la Fundación Telefónica «Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana». En todos los casos, la descripción del escenario y las apreciaciones que se aportan se han construido sobre una situación de los medios anterior a la crisis que comenzó a azotar de forma inmisericorde a los medios en 2008 y sobre todo en 2009, aunque el análisis sigue siendo válido y significativo porque no se ha producido desde entonces una *debacle*. Estos cambios se producen al mismo tiempo que disminuye la población inmigrante, y se registran menos entradas y más retornos de inmigrantes a sus países de origen.

La descripción de los recursos comunicativos de los inmigrantes coincide con una crisis generalizada de los medios generalistas tradicionales. Sin embargo, los medios hechos para o por inmigrantes gozan de una ventaja: están más acostumbrados a situaciones de crisis a pesar de que lo noten cuando huyen los inversores privados, baja la publicidad y se procede a recortar gastos generales y de personal.

No obstante, no se ha producido un cierre significativo de medios para inmigrantes y eso les ha impulsado a mantener un cierto optimismo ante la crisis, sabiendo que tienen que aportar más dedicación, más creatividad y soluciones imaginativas, en definitiva, más calidad y credibilidad.

2. LAS BASES DEMOGRÁFICAS Y ECONÓMICAS

En este último lustro, España aumentó en casi 4,5 millones de personas su población (un 10% del total) como consecuencia de los flujos migratorios procedentes en su mayoría de países europeos (43%), el continente americano (36%), África (16%) y Asia (5%). Actualmente, y según datos del INE, la comunidad más grande presente en nuestro país es la marroquí (563.192 personas), seguida de la ecuatoriana (451.256), rumana (407.372), británica (274.758), colombiana (265.227), argentina y alemana (ambas con unas 150.000 personas), y la boliviana (139.658).

Las implicaciones sociales, económicas e informativas derivadas de este hecho han sido decisivas para la economía española, puesto que el consumo de los hogares, al menos el anterior a la crisis económica, ha sido sin duda, como señalan una buena pléyade de economistas, el motor de la economía española durante la última década, y se supone que, una vez que la recesión remita, volverá a ser, seguramente, el motor del consumo en la nueva coyuntura.

La existencia de estos 4,5 millones de trabajadores foráneos (según fuentes no oficiales de la inmigración serían 5.200.000) no ha pasado tampoco desapercibida para diferentes hombres de negocios, incluidos editores de medios de comunicación y empresarios publicitarios. Las razones son obvias: este abultado número de personas representa ya una importante masa crítica sobre la que se pueden trazar todo tipo de estrategias comerciales capaces de fructificar.

Telefonía y banca (incluidas las remesadoras de dinero) son los dos principales sectores sobre los que se sustenta la cartera publicitaria. Y ello por razones obvias. Las comunicaciones son esenciales para no perder los vínculos con sus países de origen y contactar con sus familiares más allegados, y son indispensables también en el país de acogida para la búsqueda de piso y trabajo, así como para relacionarse con otros compatriotas.

Los bancos con sus servicios especiales para inmigrantes (por ejemplo, Dinero Express de BBVA) y el envío de remesas a diversos países, constituyen el mayor porcentaje de inserciones publicitarias a nivel nacional, mientras que en el ámbito local existe un amplio abanico publicitario en el que tienen cabida preferente las inmobiliarias, tiendas de muebles, hostelería y servicios y pequeñas tiendas de alimentación que surten productos importados de esos países.

Aproximadamente la mitad de esta inmigración es de procedencia latina y, por tanto, y salvo el caso de personas de nacionalidad brasileña, hablan y escriben en español. La mayor parte de ellos son una población joven, entre 18 y 45 años, ávida de información sobre el nuevo país de residencia, y demandante de publicaciones y contenidos informativos que tengan en cuenta su idiosincrasia y las señas de identidad de los países que les vieron partir, aunque también demandan esa información esencial que les permita moverse con cierta soltura en el país de acogida.

3. INMIGRACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN PROPIOS

Es normal que ante las deficiencias de los medios de comunicación de los países de acogida –sobre todo teniendo en cuenta los problemas de distribución en España de medios propios de los países de origen– surjan medios de comunicación dirigidos más específicamente para los inmigrantes. Debido a que comparten la lengua, los medios referidos a los países latinoamericanos destacan por encima de los demás.

Para entender la situación de los medios para inmigrantes en la España de ahora mismo, nos será de utilidad ver primero algunos indicadores fiables de etapas inmediatamente anteriores. De acuerdo con las fuentes que trabajan en la catalogación de los medios para extranjeros, los inmigrantes que viven en España contaban en 2007 (año de los últimos estudios disponibles) con unos 186 medios de comunicación propios, la mayor parte de ellos gratuitos y en español, según el segundo *Anuario de la Comunicación del Inmigrante en España* (2007), editado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Según este Anuario, había en España 44 periódicos, con predominio de los dirigidos a latinoamericanos (14), seguidos de los diarios para chinos (7) y rumanos (5). Es decir, no existe una correspondencia directa entre el número de inmigrantes y el de medios. Así, los marroquíes, que tienen el mayor peso migratorio son los que disponen de menos diarios, mientras que los latinos son, sin duda, los más dinámicos en este apartado. Ecuatorianos y rusos cuentan con dos diarios, y bolivianos, brasileños, árabes y búlgaros con uno cada uno.

Por lo que se refiere a las revistas, la mayoría de ellas, un total de 21, también van destinadas a la población latina. Otras nacionalidades como rusos, rumanos, magrebíes, judíos y africanos disponen también de revistas especializadas.

Hay que dejar constancia de que se han producido algunos cambios desde que salieron estas estadísticas oficiales hasta junio de 2009. Por ejemplo, ha dejado de publicarse *El Correo de Bolivia* y la revista *Pueblo Nuevo* no aparece de forma regular.

Por lo que respecta a las emisoras de radio, las latinas son igualmente las de mayor número, con un total de 21, aunque el colectivo rumano dispone de dos. La oferta más reducida es, como es natural, la televisiva: sólo hay tres canales latinos y uno judío, más una agencia especializada en noticias africanas.

La evolución de los medios de comunicación cuyos destinatarios eran esencialmente inmigrantes es clara. En los primeros años de llegada masiva de inmigración se produjo una vasta proliferación de publicaciones impresas, dirigidas todavía por editores independientes, y escritas en los más variados idiomas: desde el urdu, el chino o el pakistaní hasta el rumano o el árabe. Ejemplos son *El Mirador*, *El Hispano*, *Soweto*, *Novo Duma*, *Latin Club*, *Toumai*, *Raíz*, *Argipelag*, página en polaco del *Diario de Alcalá*, *Roman in Lume*, medio para rumanos o también *Sí se puede*, semanal dirigido a los inmigrantes en general.

Pero pronto una parte de las empresas periodísticas detectaron este nicho de mercado (como ya

Gráficos E1, E2, E3 y E3B. ALGUNOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS PARA INMIGRANTES EN ESPAÑA REFLEJADOS EN EL ESTUDIO DE MEDIOS PARA INMIGRANTES 2008 (EMI)



Editado por: Editores Ecuatorianos S.A., periódico semanal dirigido a los inmigrantes ecuatorianos. Se distribuye en Madrid y en Murcia cada viernes.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	40.000	40.000	40.000	50.000	50.000	50.000	45.000
Ed. Madrid	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Murcia	0	0	0	10.000	10.000	10.000	5.000

	2	9	16	23	30	6	13	20	27
	MAYO					JUNIO			
TOTAL	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Ed. Madrid	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Murcia	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000

Fuente: el editor.



Editado por: East European Ethnic Pages S.L., periódico mensual dirigido al colectivo boliviano que vive en España. Se distribuye cada comienzo de mes en la mayoría del territorio nacional: CC de Madrid, Cataluña, Valencia, Castilla-La Mancha, Andalucía, etc.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	10.000	10.200		10.000	10.000	10.000	10.040



	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	7.630	7.780		7.730	8.120	8.220	6.580
Zona EMI Madrid	4.320	4.400		4.450	4.800	4.900	3.811
Zona EMI Barcelona	730	750		730	740	740	615
Zona EMI Levante	2.580	2.630		2.550	2.580	2.580	2.163

Fuente: el editor.



Editado por: East European Ethnic Pages S.L. ,periódico semanal dirigido al colectivo búlgaro que vive en España. Se distribuye cada jueves en la totalidad del territorio nacional. Es el único medio, incluido en este grupo, que es de pago.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	39.505	31.420	31.420	31.420	40.595	32.185	34.424
Ed. Madrid	16.080	12.880	12.880	12.880	16.895	13.420	14.172
Ed. Barcelona	1.765	1.420	1.420	1.420	2.010	1.605	1.608
Ed. Levante	21.650	17.120	17.120	17.120	21.690	17.160	18.643

	2	9	16	23	30	6	13	20	27
	MAYO					JUNIO			
TOTAL	7.855	7.840	7.860	8.890	8.150	8.235	8.240	8.020	7.690
Ed. Madrid	3.220	3.190	3.225	3.850	3.410	3.430	3.430	3.380	3.180
Ed. Barcelona	355	340	345	550	420	425	430	420	330
Ed. Levante	4.280	4.310	4.290	4.490	4.320	4.380	4.380	4.220	4.180

Fuente: el editor.



Editada por Novapress Media, SL, periódico semanal dirigido a los latinoamericanos residentes en España. Se distribuye los viernes y tiene ediciones locales en Madrid, Barcelona y Levante (Valencia, Alicante y Murcia).

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	141.250	134.400	141.750	138.675	167.660	180.913	150.775
Ed. Barcelona	30.500	28.000	30.250	30.000	47.710	49.500	36.327
Ed. Levante	32.000	29.000	31.000	31.000	31.960	34.925	31.648
Ed. Madrid	78.750	77.400	80.500	77.675	85.990	96.475	82.798

	2	9	16	23	30	6	13	20	27
	MAYO					JUNIO			
TOTAL	135.762	125.814	151.016	219.268	218.863	209.414	209.465	205.516	100.267
Ed. Barcelona	30.000	26.850	64.300	63.300	64.100	61.000	58.500	58.500	20.000
Ed. Levante	31.000	25.100	25.450	39.150	40.300	40.750	39.800	39.450	20.100
Ed. Madrid	74.500	73.600	61.000	116.550	114.300	107.500	111.000	107.400	60.000





Editado por: East European Ethnic Pages S.L., periódico semanal dirigido a la comunidad rumana residente en España. Se distribuye cada jueves en trece Comunidades Autónomas, con una mayor presencia en Castilla La Mancha, Castilla-León, Cataluña, Madrid y Valencia.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	26.040	25.000	24.525	25.020	25.000	25.000	24.931



	2	9	16	23	30	6	13	20	27
	MAYO					JUNIO			
TOTAL	21.200	21.180	21.900	21.800	21.950	21.900	21.900	21.900	20.450
Ed. Madrid	12.100	11.980	12.400	12.400	12.350	12.300	12.350	12.350	11.550
Ed. Levante	9.100	9.200	9.500	9.400	9.600	9.600	9.550	9.550	8.900

Fuente: el editor.



Editado por: Diseño Latinoamericano, S.L., revista mensual dirigida al colectivo latinoamericano. Se distribuye los primeros días de cada mes en Madrid y Barcelona.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	30.000	30.000	35.000	30.000	30.000	30.000	30.833
Ed. Madrid	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Ed. Barcelona	10.000	10.000	15.000	10.000	10.000	10.000	10.833



Editado por: Pueblo Nuevo Medios S.L., revista mensual dirigida al colectivo inmigrante en general: latinoamericanos, europeos del Este, magrebíes y chinos. Se distribuye en Barcelona, Valencia, Murcia, Las Palmas de Gran Canaria, Pamplona, Madrid y Granada.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	10.150	10.150	21.640	21.640	21.600	10.095	15.879
Ed. Madrid	7.100	7.030	15.203	15.203	12.230	8.030	10.799
Ed. Barcelona	1.840	1.910	4.110	4.110	5.020	2.065	3.175
Ed. Levante	1.210	1.210	2.327	2.327	4.350	0	1.904

Fuente: el editor. (enero - febrero); (marzo - junio)



Editado por: Copernal Publishing, revista mensual que cuenta con 12 cabeceras segmentadas: Raíz Africana, Raíz Argentina, Raíz Bolivia, Raíz Bulgaria, Raíz Colombia, Raíz Dominicana, Raíz Ecuador, Raíz Marroquí, Origini (Raíz Rumana), Raíz Paraguay, Raíz Perú y Raíz Ucrania, se distribuye al comienzo de cada mes en gran parte de España dependiendo de cada segmentación.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
RAÍZ	766.900	644.200	770.360	860.430	859.160	869.860	795.152
África	35.800		20.080	20.000	20.000	20.200	23.216
Argentina	30.000	30.120	30.120	62.790	57.000	55.040	44.178
Bolivia	75.800	49.360	70.000	70.320	73.000	73.040	68.587
Colombia	100.000	95.140	100.000	84.060	90.000	90.100	93.217
Ecuador	170.100	150.180	170.000	170.360	165.160	157.000	163.800
Marruecos	100.150	95.120	120.060	165.200	163.000	163.040	134.428
Paraguay	30.000	25.000	25.000	29.260	32.000	32.060	28.887
Perú	75.050	50.160	70.000	56.220	62.000	62.200	62.605
Rumania	100.000	95.120	120.000	145.000	140.000	139.180	123.217
Ucrania	30.000	25.000	25.100	25.220	27.000	28.000	26.720
R. Dominicana	20.000	29.000	20.000	32.000	30.000	30.000	26.833
Bulgaria						20.000	20.000



	MAYO				
	MADRID	CATALUÑA	LEVANTE	OTROS	SUMA TOTAL
Ecuador	51.000	30.000	40.000	10.000	131.000
Colombia	37.000	20.000	18.000	12.000	87.000
Perú	27.000	22.000	7.000	4.000	60.000
Bolivia	18.000	17.000	6.000	9.000	50.000
Argentina	14.800	15.000	15.000	5.000	49.800
Paraguay	17.600	8.000	3.000	1.000	29.600
Marruecos	46.000	48.000	45.000	10.000	149.000
Rumania	62.000	10.000	48.000	10.000	130.000
Ucrania	10.000	5.000	10.000	1.000	26.000
R. Dominicana	15.000	8.000	2.000	1.000	26.000
África	5.000	6.000	6.000	1.000	18.000
TOTAL	303.400	189.000	200.000	64.000	756.400

Fuente: el editor.

	JUNIO				SUMA TOTAL
	MADRID	CATALUÑA	LEVANTE	OTROS	
Ecuador	54.000	35.000	47.000	20.000	136.000
Colombia	31.000	22.000	20.000	4.000	73.000
Perú	30.000	22.000	3.300	3.000	55.300
Bolivia	30.000	20.000	15.500	5.000	65.500
Argentina	14.600	12.000	13.000	3.000	39.600
Paraguay	16.000	7.000	3.500	2.000	26.500
Marruecos	34.750	55.000	45.000	10.000	134.750
Rumanía	66.200	11.600	58.750	10.000	136.550
Ucrania	12.600	3.400	10.000	2.000	26.000
R. Dominicana	15.000	10.000	2.000	1.100	27.000
África	8.900	5.000	4.800	1.000	18.700
Bulgaria	8.000	3.000	7.000	1.000	18.000
TOTAL	321.050	206.000	229.850	62.100	819.000

Fuente: el editor.



Editado por: Si Se Puede S.L., periódico semanal dirigido al colectivo inmigrante en general: latinoamericanos, europeos del Este y magrebíes. Se distribuye los sábados y cuenta con tres ediciones en Madrid, Cataluña y Levante (Castellón, Valencia, Alicante y Murcia).

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	171.850	160.750	155.800	154.875	163.600	170.500	162.896
Ed. Barcelona	44.600	44.000	40.800	38.250	40.400	44.000	42.008
Ed. Levante	44.750	35.000	35.000	35.000	40.200	41.500	38.575
Ed. Madrid	82.500	81.750	80.000	81.625	83.000	85.000	82.313

	2	9	16	23	30	6	13	20	27
	MAYO					JUNIO			
TOTAL	155.000	153.000	153.000	171.000	186.000	187.000	187.000	154.000	154.000
Ed. Barcelona	38.000	38.000	38.000	38.000	50.000	50.000	50.000	38.000	38.000
Ed. Levante	35.000	35.000	35.000	48.000	48.000	48.000	48.000	35.000	35.000
Ed. Madrid	82.000	80.000	80.000	85.000	88.000	89.000	89.000	81.000	81.000





Ediciones Toumai S.L., revista mensual dirigida al colectivo inmigrante en general: latinoamericanos, europeos del Este y magrebies. Se distribuye al comienzo de cada mes y tiene una edición nacional, que llega a la mayoría del territorio y cuanta además con 3 suplementos locales: Madrid, Barcelona y Norte (País Vasco y Navarra)

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
TOTAL	70.000	70.000	68.000	80.000	101.580	100.370	81.658
Ed. Madrid	35.000	35.000	35.000	40.000			36.250
Ed. Barcelona	20.000	20.000	20.000	25.000			21.250
Ed. Nacional ¹	15.000	15.000	13.000	15.000	101.580	100.370	43.325



¹Desde mayo la revista pasa a un unico Formato Nacional (Edición General) y suplementos para Madrid, Barcelona/Cataluña y Zona Norte auditándose por PGD la Edición General.

ZONA EMI	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	PROMEDIO
Zona Madrid (Ed. Madrid)	35.000	35.000	35.000	40.000	42.500	42.500	38.333
Zona Barcelona (Ed. Barcelona)	20.000	20.000	20.000	23.000	25.000	25.000	22.167
Zona Levante (Ed. Nacional) ¹	9.000	9.000	9.000	9.000	12.500	10.000	9.750
Total zona EMI	64.000	64.000	64.000	72.000	80.000	77.500	70.250
OTRAS ZONAS							
Zona resto Cataluña	2.000	2.000	2.000	2.000 ²	5.000	5.000	2.667
Zona Norte (Ed. Nacional/ sup. Norte)	2.000	2.000	1.000	4.000	10.000	12.500	5.250
Resto España	2.000	2.000	1.000	2.000	6.580	5.370	2.833
Total Toumai	70.000	70.000	68.000	80.000	101.370	100.370	81.658

Fuente: el editor.

¹Distribución ej. Ed. Barcelona.



Nota:

Cuando los datos se acompañen del logotipo de PDG, significa que han sido facilitados por INTROL Información y Control de Publicaciones. Aunque todavía están pendientes de certificación.

Nota:

Cuando los datos han sido facilitados por los propios medios, se indica como FUENTE: EL EDITOR, por carecer de control de PGD o por desglose o detalle que se escapan del control facilitado por INTROL.

en su día lo había hecho, por ejemplo, el diario *Sur* de Málaga con los británicos residentes en la Costa del Sol) y decidieron sacar al mercado productos específicos para este colectivo. Es el caso de *Segunda Mano*, con *El Eco* (2007), o de *Diario de Navarra* con *Navarra Latina* (2005), que atiende al importante núcleo de inmigrantes sudamericanos que habitan en esta comunidad foral. E incluso en junio de 2007 aparecía en Madrid el primer diario gratuito para inmigrantes latinos, *El nuevo ciudadano*, con una tirada inicial de 40.000 ejemplares, aunque no logró consolidarse y acabó por desplazarse hacia Internet.

Las ediciones de prensa se producen para aquellos núcleos de población donde habita una importante masa de población foránea, como es el caso de Madrid y Barcelona, pero también del Levante, Navarra o La Rioja (Casero, 2004).

A estas ediciones impresas, que contabilizaban ya más de 70 a comienzos del año 2008, se les ha unido una amplia panoplia de medios, que van desde canales de televisión a emisoras de radio, periódicos y revistas y webs de carácter informativo, conformando entre todos ellos los principales canales de comunicación de esta comunidad, junto, claro está, con la utilización de redes sociales a partir del año 2006, y de las que hasta el momento carecemos de datos fehacientes que nos permitan comprobar su grado de penetración en la población inmigrante, sobre todo en el segmento más joven. Nos referimos fundamentalmente a *Facebook* y *Tuenti* pero también a *Hi5*.

En el conjunto de los media, la radio resulta un medio muy ágil de comunicación y barato de costes, y goza además de un gran predicamento informativo. Existen numerosas emisoras de radio especializadas, que se distinguen por crear un cierto servicio a la comunidad, proporcionando información en programas de consulta o en tertulias con el concurso de profesionales y expertos, y, por otro lado, que ayuda al entretenimiento y al ocio con sus programas de música y sus concursos. Del mismo modo, existen diferentes cadenas tradicionales, desde la SER a Punto Radio, que incluyen programas destinados a inmigrantes. También se puede citar a Top Radio.

En cuanto a la televisión, las concesiones son más arduas y los costes mucho más caros. Los latinos cuentan con el *Canal Latino Televisión*, que elabora una programación específica para este colectivo. También encontramos el programa *Con todos los acentos*, de TVE2. Y con la irrupción de la TDT que va a traer consigo una mayor especialización, pero también más segmentación de contenidos y de audiencias, creemos que podrá ensayarse una fórmula ya utilizada hoy en la radio: algunos de los grandes canales cederán parte de sus espacios a este colectivo, e, incluso, es muy probable que existan uno o varios canales dedicados por completo a la atención e información de estos colectivos. Quedarían finalmente por explotar las enormes posibilidades de la televisión IP (Internet) y de los lazos que pudieran establecerse con sus países de origen.

4. LOS CONTENIDOS

A la hora de analizar los contenidos, no se puede perder de vista que la mayoría de estas publicaciones propias son periódicos profesionales editados por empresas privadas repartidas entre dueños españoles y extranjeros. Sus tiradas se fueron separando y transformaron a esta prensa en un sector en expansión que atraía cada vez más a los anunciantes, los partidos políticos y los poderes públicos, conscientes de su influencia en un sector de población que crecía.

Algunas de estas publicaciones van dirigidas a los inmigrantes en general, pero otras se centran en inmigrantes de una sola nacionalidad: chinos, rumanos y ecuatorianos, entre otros, ya tienen revistas propias. La división Información y Control de Publicaciones, de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD), constata esa evolución. En el primer año se pasó de no controlar la difusión de ninguna de estas revistas a hacer el seguimiento a cinco.

Los contenidos propios responden a que los inmigrantes crean una voz propia que les informa de lo que les interesa. Se constituyen así en medios de la diversidad al mismo tiempo que fomentan la integración. «Los inmigrantes buscan las noticias que les afectan —opina Carlos Gómez del Río, delegado de *Latinoamérica Exterior*—. Tenemos dos pilares: dar voz a los inmigrantes e informarles de lo que les interesa.»

Se refiere este testimonio a que todas esas publicaciones informan esencialmente sobre cualquier cambio legal en asuntos de extranjería, sobre todo las regularizaciones y la reagrupación

familiar. Muchas traducen formularios a los idiomas de origen e incluyen en sus páginas consultorios de abogados sobre temas de extranjería. Por otra parte, les interesa la información del país de origen aunque también quieren estar informados de la actualidad española, pero lo hacen a través del filtro de los medios propios.

La mayoría de estos medios apoya claramente la integración de los colectivos de inmigrantes en la sociedad española y trata de evitar su marginación o estigmatización. Pero sobre todo pretenden ser medios cercanos a estos ciudadanos, proporcionando informaciones y servicios que les ayuden a desenvolverse en sus quehaceres diarios.

Las noticias albergan, en este caso, un alto valor informativo. Esta labor puede ser ejercida al unísono por periodistas españoles y también por profesionales de diferentes países que residen en España y que aportan sus experiencias, puntos de vista y consejo.

Un artículo de *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (2008, 14, 605-616) indica que los porcentajes dedicados a las noticias de actualidad son muy elevados, y varían entre el 37% en *Navarra Latina* y el 25% en *Raíz*. Pero también guardan una gran importancia todos aquellos contenidos que reproducen los valores y las costumbres de estos pueblos.

La rápida aceptación que han tenido estos productos periodísticos entre el mercado de la inmigración obedece, sin duda, a factores tan esenciales como la necesidad perentoria de cubrir el hueco informativo que existía en el mercado.

La «agenda informativa» del colectivo de inmigrantes difiere sustancialmente de la agenda de la prensa de referencia y de otros grandes medios regionales y, por supuesto, de la agenda conjunta de los grandes grupos multimedia. La comprensión de las noticias, reportajes, deportes o secciones de entretenimiento no resulta complicada de enten-

der, ya que la fórmula utilizada es la habitual en la prensa gratuita: un *digest* que permite una rápida lectura y comprensión de lo narrado.

La distribución de prensa y semanarios es eficaz y permite llegar a sus destinatarios porque se dirige básicamente a aquellos lugares de gran frecuentación por la inmigración.

5. ESTUDIO EMI DE MEDIOS PARA INMIGRANTES

Los medios de la inmigración cuentan con su propio estudio general de medios; en este caso, con el EMI (Estudio de Medios para Inmigrantes), puesto en marcha por la Asociación para el Conocimiento de la Población Inmigrante (ACPI) en el año 2007, y cuyo objetivo es conocer los hábitos de consumo de medios de comunicación por parte de los inmigrantes. Es decir, el EMI proporciona al mercado, al igual que hace el Estudio General de Medios (EGM), en el total de la población española, la audiencia que los medios de comunicación escritos, tanto generalistas como étnicos, tienen entre los inmigrantes en España. El estudio EMI está avalado técnicamente por Información y Control de Publicaciones (la antigua OJD).

La ACPI ha sido promovida conjuntamente por medios, agencias de medios y anunciantes, y la integran además los principales medios de comunicación dirigidos a inmigrantes, las principales agencias de medios del país y grandes anunciantes. En el primero de los estamentos se encuentran representadas empresas como Telefónica, Mediaplanning, Carat o Zenith Media. Y en el segundo de los estamentos, medios como *El Comercio* de Ecuador, *Latino*, *Raíz* o *Nova Duma*.

Este estudio, dirigido y desarrollado por ECV Investigación, proporciona también una notable cantidad de información sociológica, cultural, económica y de consumo. El estudio abarca un colectivo de 2,2 millones de individuos en las Comunidades de Madrid, Barcelona y lo que

se denomina como «Gran Levante» (Castellón, Alicante, Valencia, Murcia y Almería); abarca nacionalidades de Europa, África, América y Asia, y comprende una muestra de 3.215 entrevistas.

Los datos del EMI 2008 son reveladores. Los semanales cuentan con una mayor penetración (27%) que los diarios gratuitos (24,8%), salvo en la provincia de Barcelona. Entre los semanales 430.000 inmigrantes leen *Latino*; 230.000 *Sí, se puede*; 83.000 *El Comercio de Ecuador*; 25.000 *Nova Duma* y 3.000 otros semanales.

Entre los mensuales, el EMI destaca que *Ocio Latino* es el más leído con más de 90.000 lectores/mes, seguido de *Raíz Ecuador* y *Raíz Marruecos*, con 54.000 y 45.000, lectores/mes, respectivamente. En cuanto a los gratuitos generalistas, cuentan con casi 1,2 millones de lectores, de lunes a viernes. El de mayor número de lectores es *20 Minutos*, con 335.000 lectores y el ya desaparecido *Metro* con 320.000; seguido de *Qué* con 282.000 y *ADN* con 245.000.

De todo ello podemos deducir que los gratuitos españoles detentan un control absoluto en la prensa gratuita diaria, y dejan un hueco de mercado solamente para los semanarios y mensuales de la emigración. Otro hecho destacable es que los diarios generalistas o de referencia, también cuentan entre sus lectores con inmigrantes, aunque claramente en menor cantidad que los gratuitos. Destaca entre todos el periódico *El País* con casi 100.000 lectores al día, seguido de *Marca* con 72.000 y *El Mundo* con 52.000.

Gráficos E4, E5. PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS EN GENERAL Y DE LOS SEMANALES SEGÚN EMI o8

Penetración

Último periodo (hace referencia a los medios auditados en el EMI o8)

Audiencia

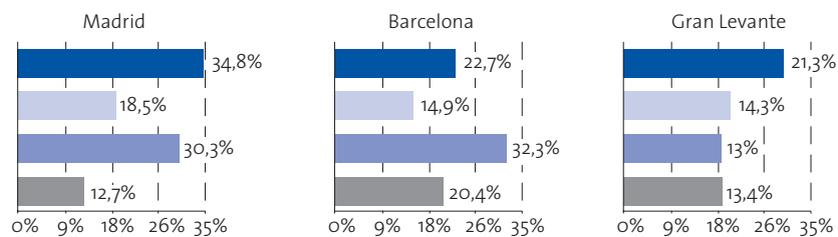
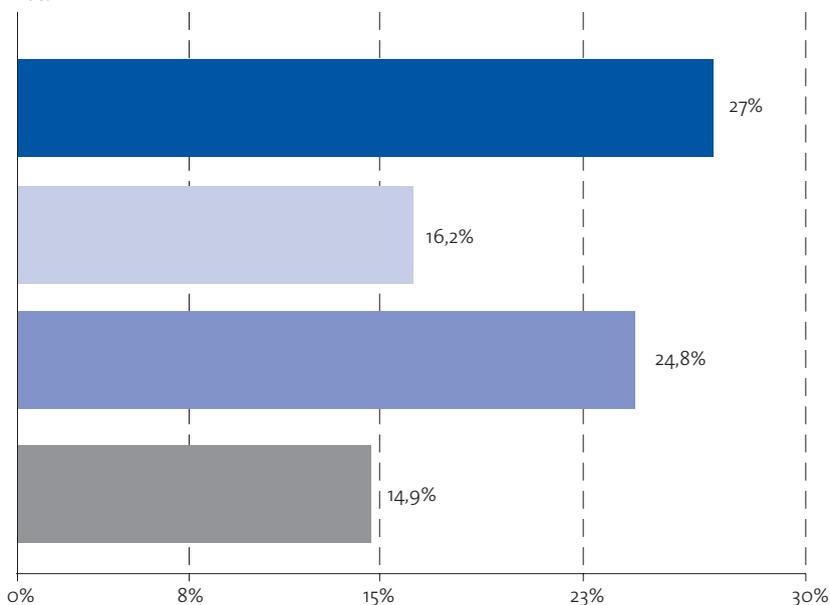
Semanales inmigrantes: Lectores/semana

Mensuales inmigrantes: Lectores/mes

Gratuitos generalistas: Lectores según última lectura (M-S Ayer, D Anteayer y L Hace 3 días)

Diarios generalistas y deportivos: Lectores/ayer

Total

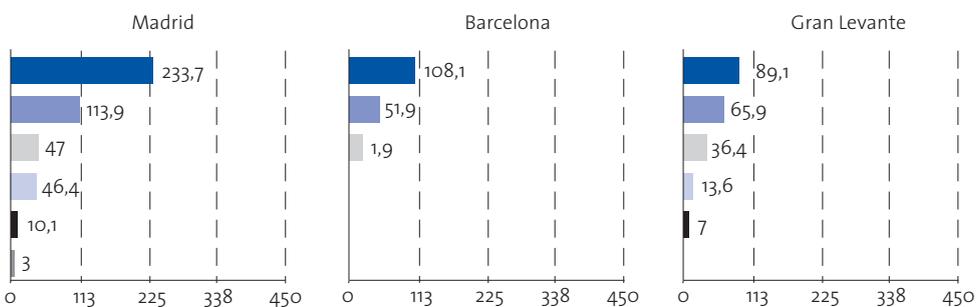
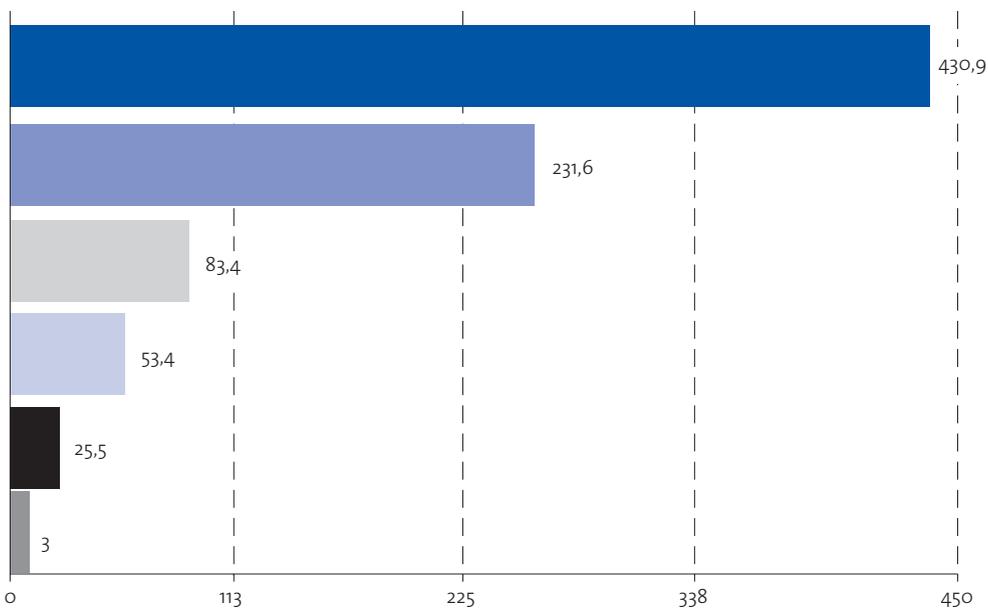


Semanales inmigrantes

Lectores/semana (000)

Hace referencia a los medios auditados en el EMI o8

Total



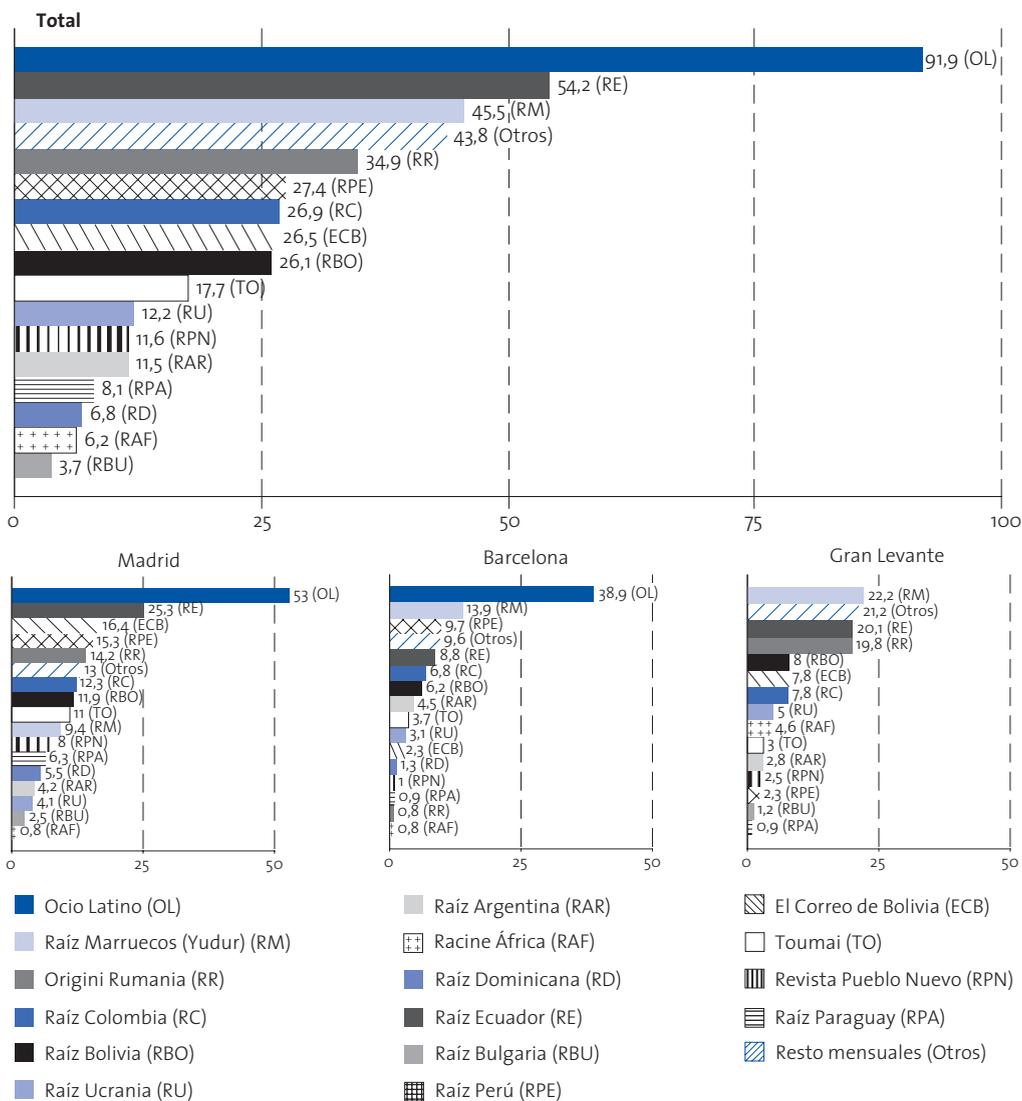
- Latino
- Noi in Spania
- El Comercio de Ecuador (sin difusión en Barcelona)
- Sí, se puede
- Nova Duma
- Resto semanales

Gráficos E6, E7. LECTORES DE LOS MENSUALES Y DE LOS GRATUITOS GENERALISTAS SEGÚN EMI o8

Mensuales inmigrantes

Lectores/mes (ooo)

Hace referencia a los medios auditados en el EMI o8

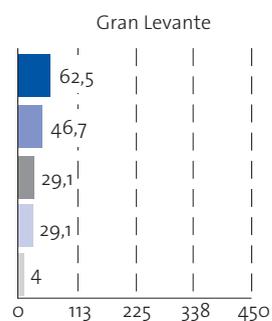
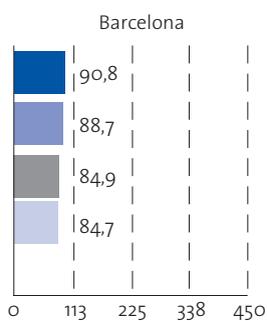
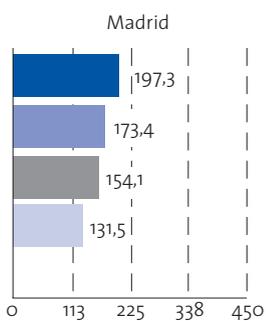
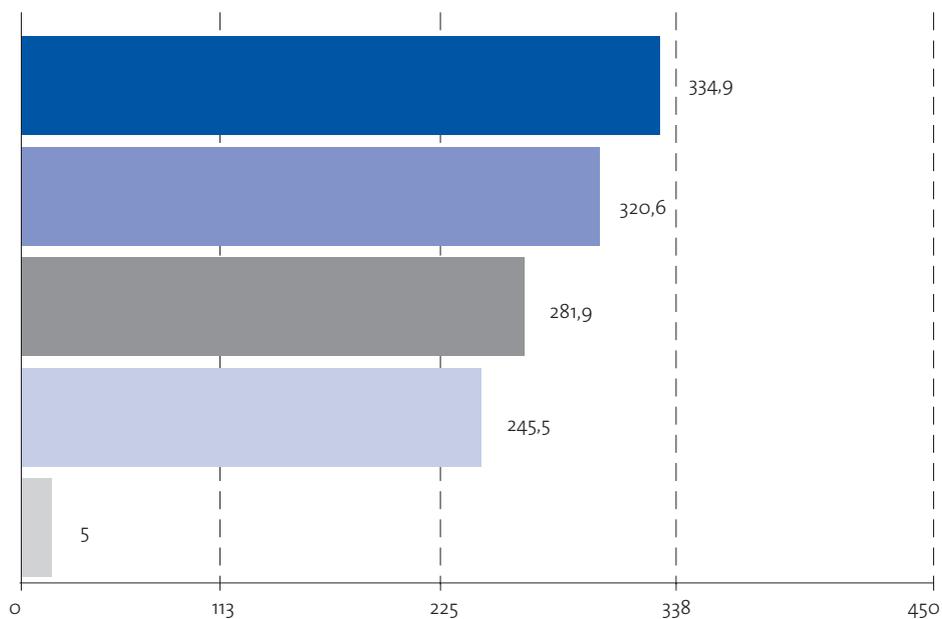


Gratuitos generalistas

Lectores/día (de lunes a viernes) (ooo)

Hace referencia a los medios auditados en el EMI o8

Total



■ 20 Minutos
 ■ Metro
 ■ Qué!
 ■ ADN
 ■ Mini Diario

Gráfico E8. LECTORES DE LOS DIARIOS GENERALISTAS Y DE PAGO SEGÚN EMI o8

Diarios generalistas y de pago

Lectores/día (de lunes a viernes) (ooo)

Hace referencia a los medios auditados en el EMI o8

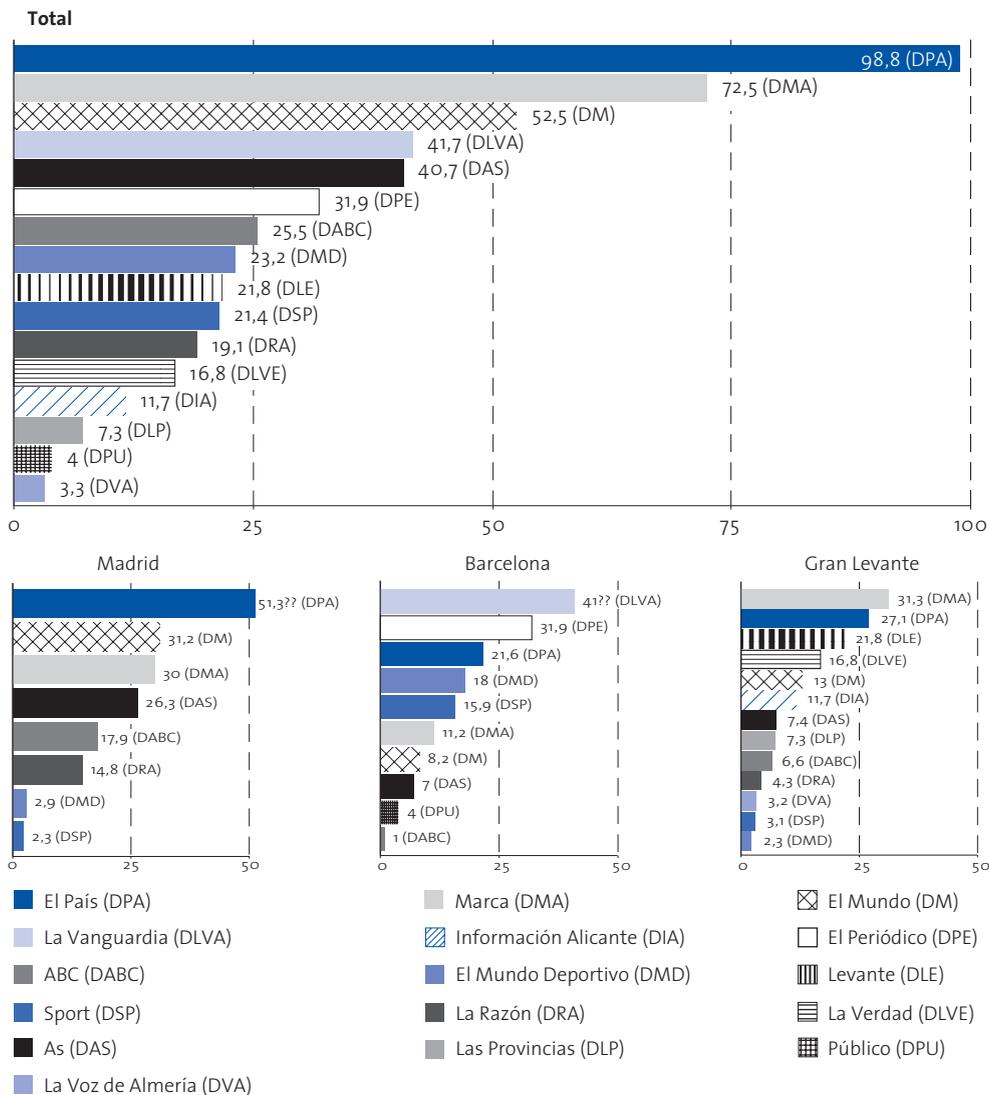
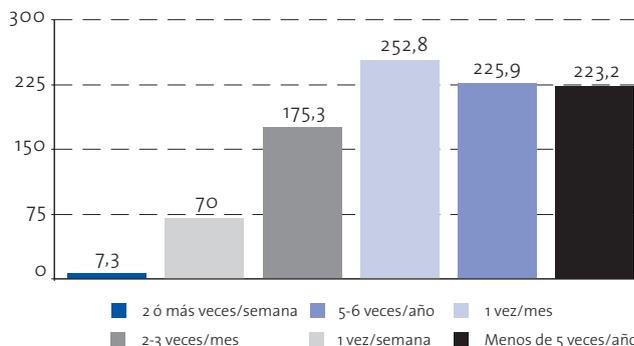


Gráfico Eg, E1o. AUDIENCIAS DE CINE, RADIO, TELEVISIÓN Y USUARIOS DE TELEFONÍA Y DE INTERNET SEGÚN EMI o8

Frecuencia

Asistencia al cine

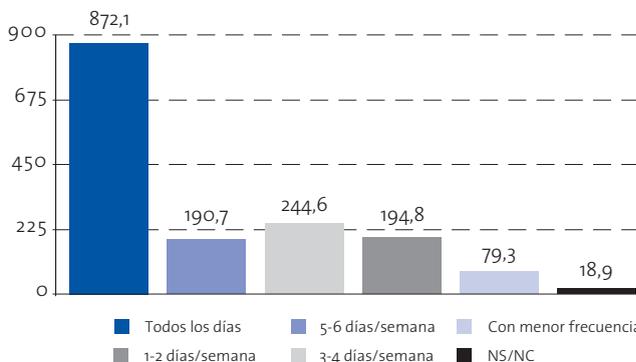
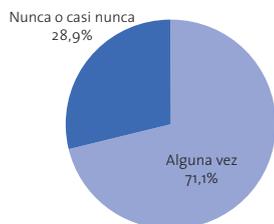
Individuos (ooo)



Frecuencia

Escucha de radio

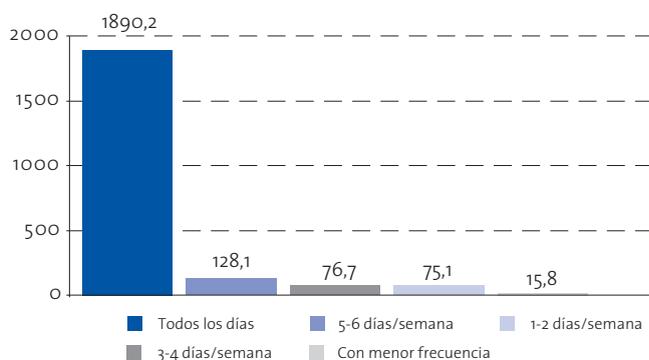
Individuos (ooo)



Frecuencia

Visionado de televisión

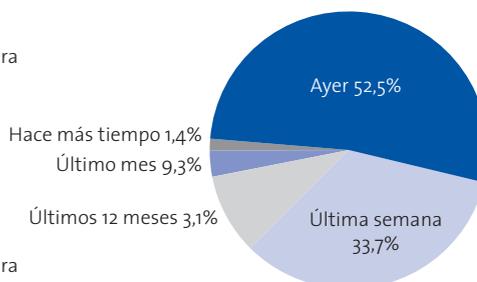
Individuos (ooo)





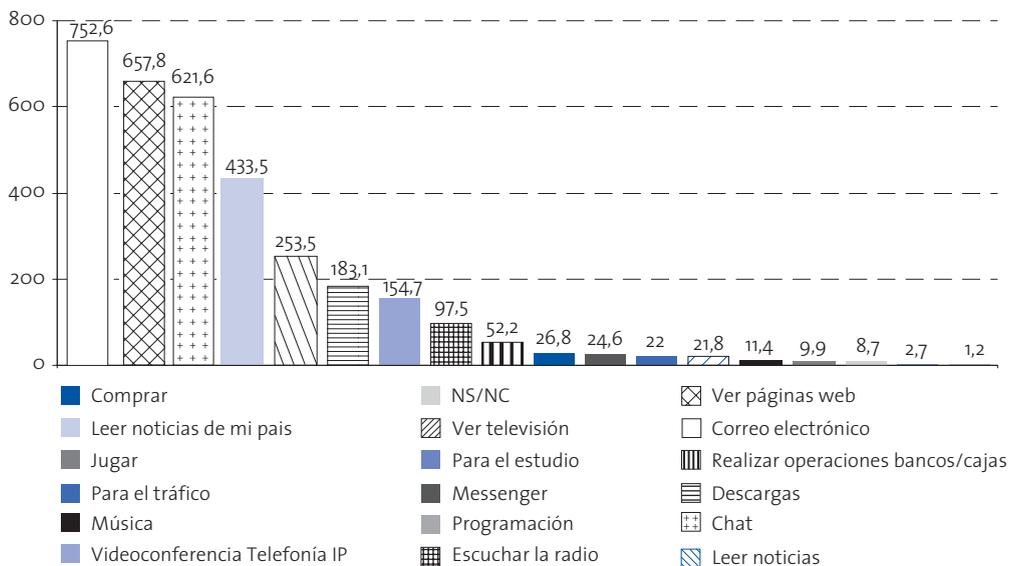
Última conexión a Internet

Base: Inmigrantes residentes en las tres áreas de cobertura del estudio que se han conectado alguna vez a Internet, el 55,7% (1.254.000 individuos).



Uso de Internet

Base: Inmigrantes residentes en las tres áreas de cobertura del estudio que se han conectado alguna vez a Internet, el 55,7% (1.254.000 individuos). Pregunta Múltiple



En relación a la radio, el estudio destaca que los inmigrantes la escuchan más que la media española y que el uso del correo electrónico y la videoconferencia IP son hábitos esenciales entre el colectivo

inmigrante. Es reseñable también el seguimiento que efectúan de las noticias de sus países de origen a través de sus páginas web, así como el incremento del uso de Internet para operaciones financieras.

6. LA DIETA MEDIÁTICA DE LOS INMIGRANTES

No existen muchos más estudios sobre medios e inmigración y por eso hay que acudir a transportar las referencias de los estudios existentes, aunque sean parciales, a la situación general de todos los medios. En este sentido, nos pueden servir en primer lugar los planteamientos del estudio *Medios de comunicación e integración ciudadana: la recepción mediática de migrantes en Barcelona y Porto Alegre*, llevado a cabo por la Universidad Autónoma de Barcelona y por la Universidad do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) en São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil, entre 2004 y 2008. También conviene tener en cuenta el estudio promovido por la Fundación Telefónica (*Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana*, 2006)

¿Qué consumen los inmigrantes? En este breve recorrido por la dieta mediática de los inmigrantes que viven en España vamos a analizar dos niveles: el consumo mediático en origen y el consumo mediático en destino. El colectivo de inmigrantes presenta un notable interés por saber qué es lo que sucede, no sólo en la zona geográfica de nacimiento (el 85% de los entrevistados por este tipo de estudios expone interés en este asunto), sino también en el contexto socio-económico en el que vive. ¿Qué dieta mediática sigue exactamente para satisfacer esta necesidad?

De acuerdo con los datos del estudio de Fundación Telefónica, referidos exclusivamente al área latinoamericana, la televisión es el principal medio de comunicación utilizado en el país de origen, con registros que alcanzan al 76% de las personas en-

trevistadas con un consumo diario, y el 15,9% con una frecuencia al menos semanal.

En radio, el consumo diario asciende al 61,5% y el 17% una vez por semana. Casi un 30% declara que lee el periódico todos los días y el 32% lo hace con carácter semanal. En cuanto a Internet es utilizado por un 31% de la población entrevistada, con un 12% que navega diariamente por la Red y más del 5% al menos una vez a la semana. Es decir, un 20% de la población inmigrante ya utilizaba Internet en su país de origen, con datos correspondientes al año 2006.

En cuanto a nacionalidades, el estudio de Fundación Telefónica considera que el consumo más alto de radio y televisión se produce entre los ecuatorianos y el menor entre los argentinos. Pero son precisamente estos últimos los que más utilizan Internet y más periódicos leen. La quinta parte de los entrevistados aseguraban que disponían de televisión por satélite en su país de origen, y que más de un tercio accedía a canales españoles.

Los espacios informativos son uno de los programas más vistos habitualmente por los entrevistados (70,9%). Por lo que respecta a la radio, el dominio corresponde a los programas de entretenimiento con un 45,5% de los radioyentes; mientras que un 25% de sus radioyentes lo hacían con diferentes fines, ya fueran informativos o evasivos, y un 19% solamente por las noticias que escuchaba.

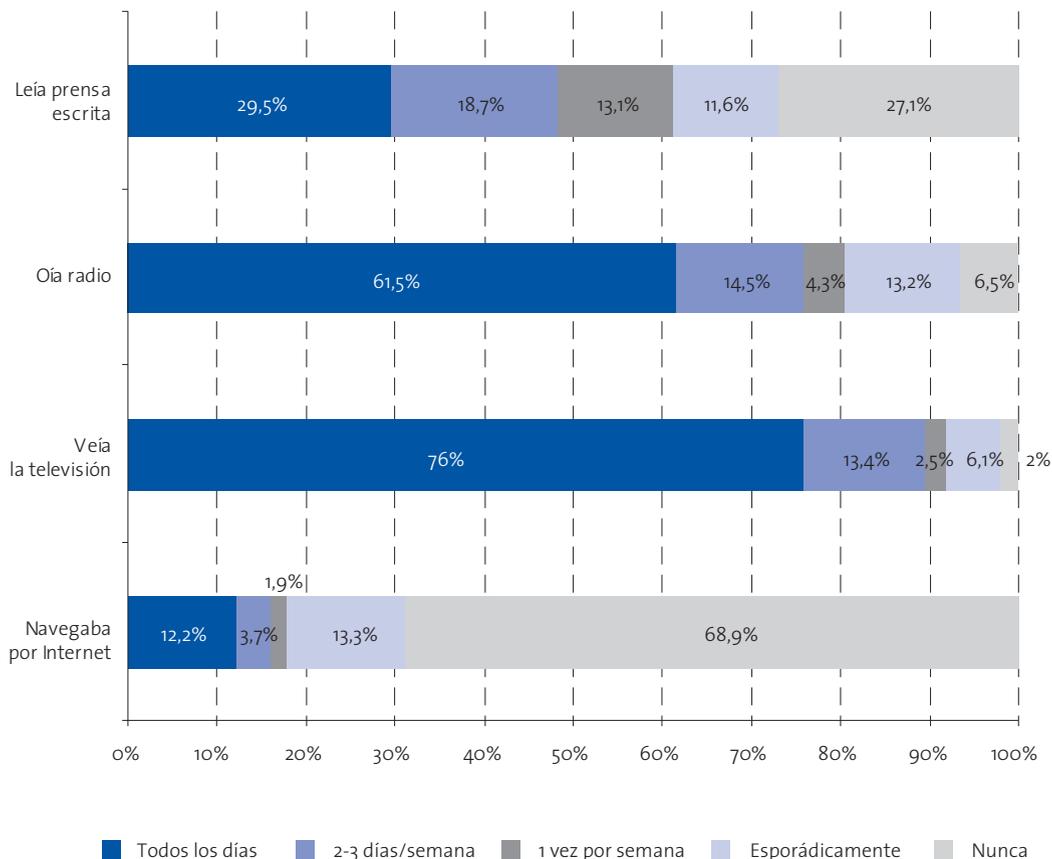
Es destacable también el consumo de Internet, que se debe en gran medida a la utilización del correo electrónico para mantener relación con fami-

Gráfico E11, E12, E13. CONSUMO DE MEDIOS EN ORIGEN, TIEMPO DEDICADO A CADA MEDIO Y CONSUMO DE TELEVISIÓN. (ESTUDIO FUNDACIÓN TELEFÓNICA)

Consumo mediático en origen. FT 2006

Cuando residía en su país de origen, ¿con qué frecuencia...?

Base: Total muestra



liars y amigos, mucho más que la utilización de Internet como herramienta de trabajo; mientras que el consumo de medios de comunicación a través de la Red asciende a un 18,3%.

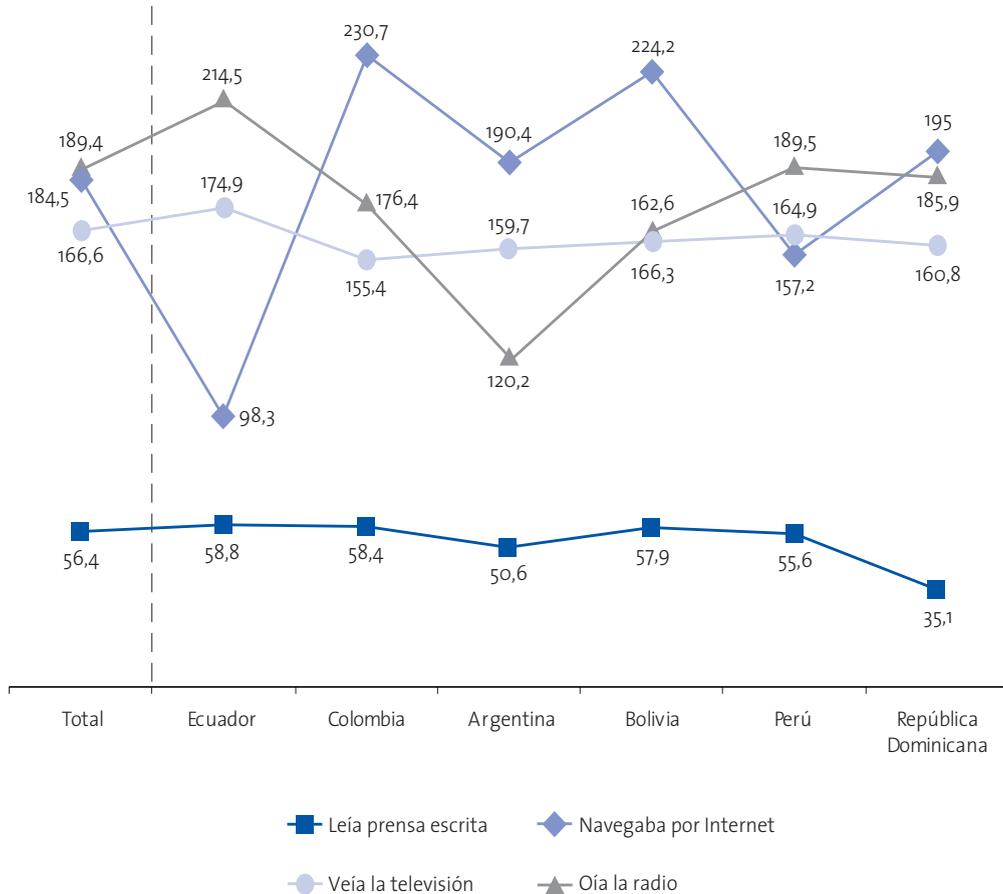
El estudio de la Fundación Telefónica analiza, como parte central de su interés, el consumo mediático de los inmigrantes latinoamericanos en España, y llega a la conclusión de que se ha incre-

mentado una vez que los inmigrantes se encuentran ya en nuestro país, sobre todo en los capítulos de prensa escrita e Internet.

De esta manera, si un 29,5% de los inmigrantes leía diariamente prensa escrita en su país de origen, una vez que se encuentran residiendo en España, esta cifra se eleva al 46,2%. Y en el caso de Internet, el consumo diario casi se duplica, pasan-

Estimación de tiempo medio diario (en minutos) dedicado a cada medio

Base: Personas con consumo diario



do de un 12,2% a un 20,8%. En cuanto a los consumos de radio y televisión, se mantienen en una situación similar a la que se encontraban en el país de origen, puesto que su penetración social era muy grande.

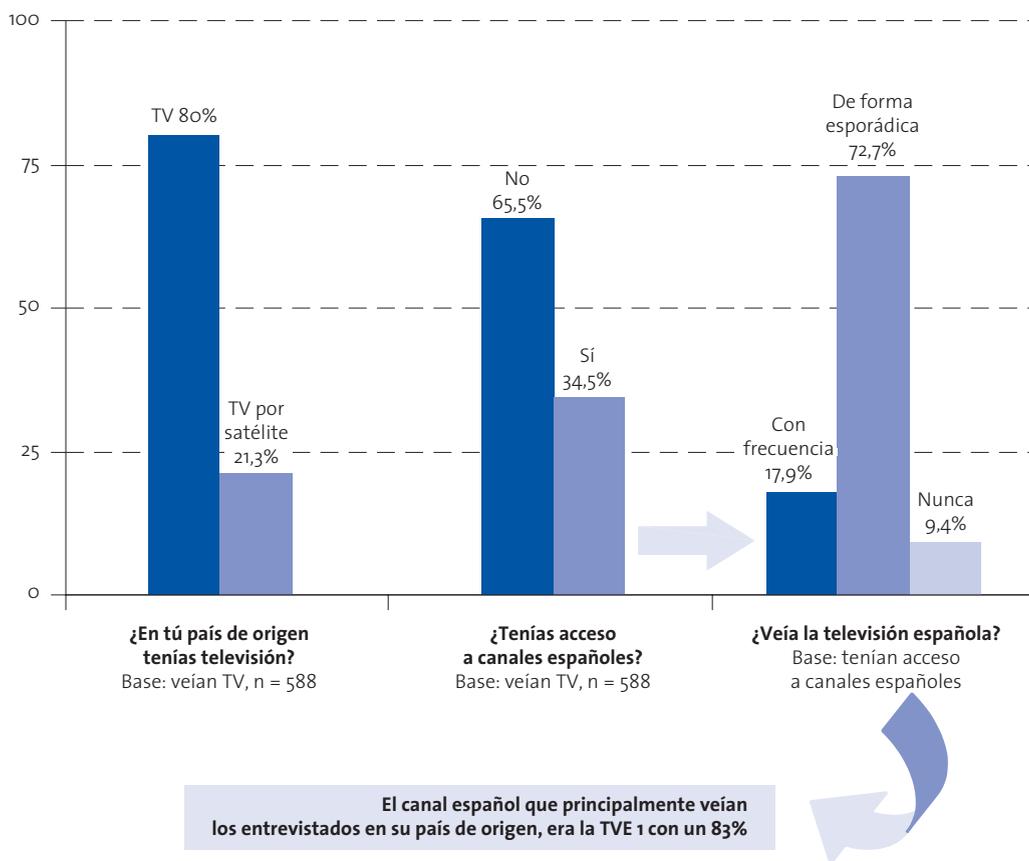
Por tanto, la mayor variación se registra en Internet entre el consumo en origen y en destino. Más de la mitad de esta población hace uso de la Red

de forma esporádica, mientras que la utilización con frecuencia semanal o superior es del 33,7%.

Resulta curioso también constatar que el consumo diario de prensa escrita se haya incrementado en 17 puntos porcentuales, y que este aumento sea muy alto entre colombianos, bolivianos y dominicanos, y mucho menor en peruanos y argentinos. Estos últimos son los que

Consumo de televisión

Base: veían televisión, n = 588



presentan un mayor porcentaje de personas con consumo diario. La Red adquiere también mayor protagonismo para todas las nacionalidades una vez en España, siendo los inmigrantes argentinos los que elevan más su consumo como internautas.

Por otra parte, al analizar el consumo diario dedicado a cada medio de comunicación la radio

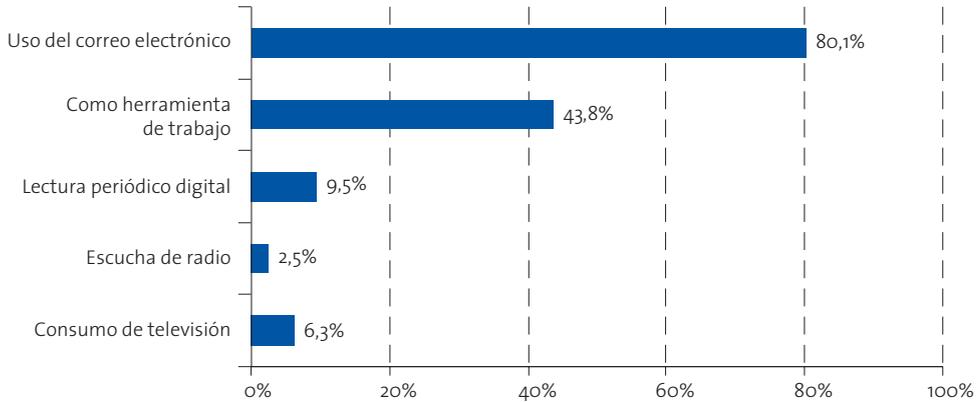
y la televisión obtienen valores medios en torno a los 150 minutos; tiempo inferior al empleado en sus países de origen. La penetración de Internet se constata con un tiempo de navegación cercano a las dos horas y media, y superior al dedicado a escuchar la radio, prácticamente en todas las nacionalidades, a excepción de los inmigrantes ecuatorianos.

Gráfico E14. CONSUMO DE INTERNET ENTRE LOS INMIGRANTES (ESTUDIO FUNDACIÓN TELEFÓNICA)

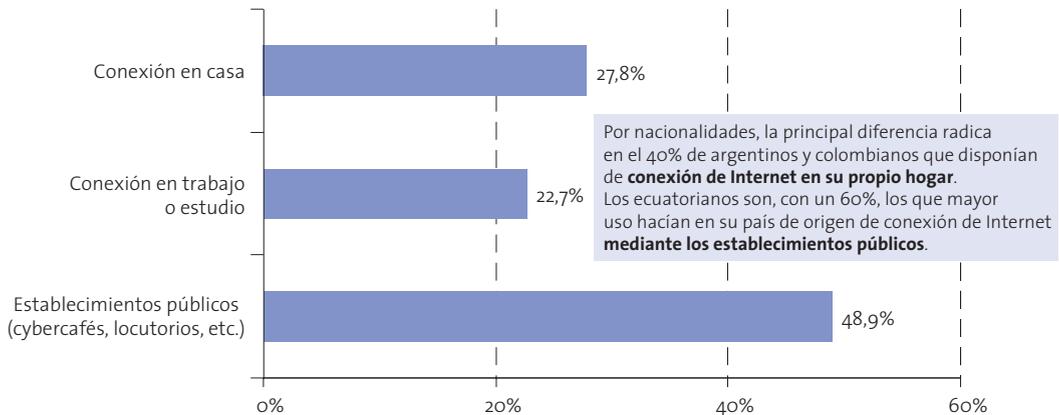
Consumo de Internet

Base: usuarios de Internet, n = 186

Principales fines por los que utilizaba Internet (Respuesta múltiple. % Primera y segunda opción)



Medio por el que accedía a Internet



El tiempo medio diario destinado a leer prensa es de aproximadamente una hora. En radio los programas más escuchados son los de entretenimiento, al contrario que en televisión, donde existe preferencia por los informativos.

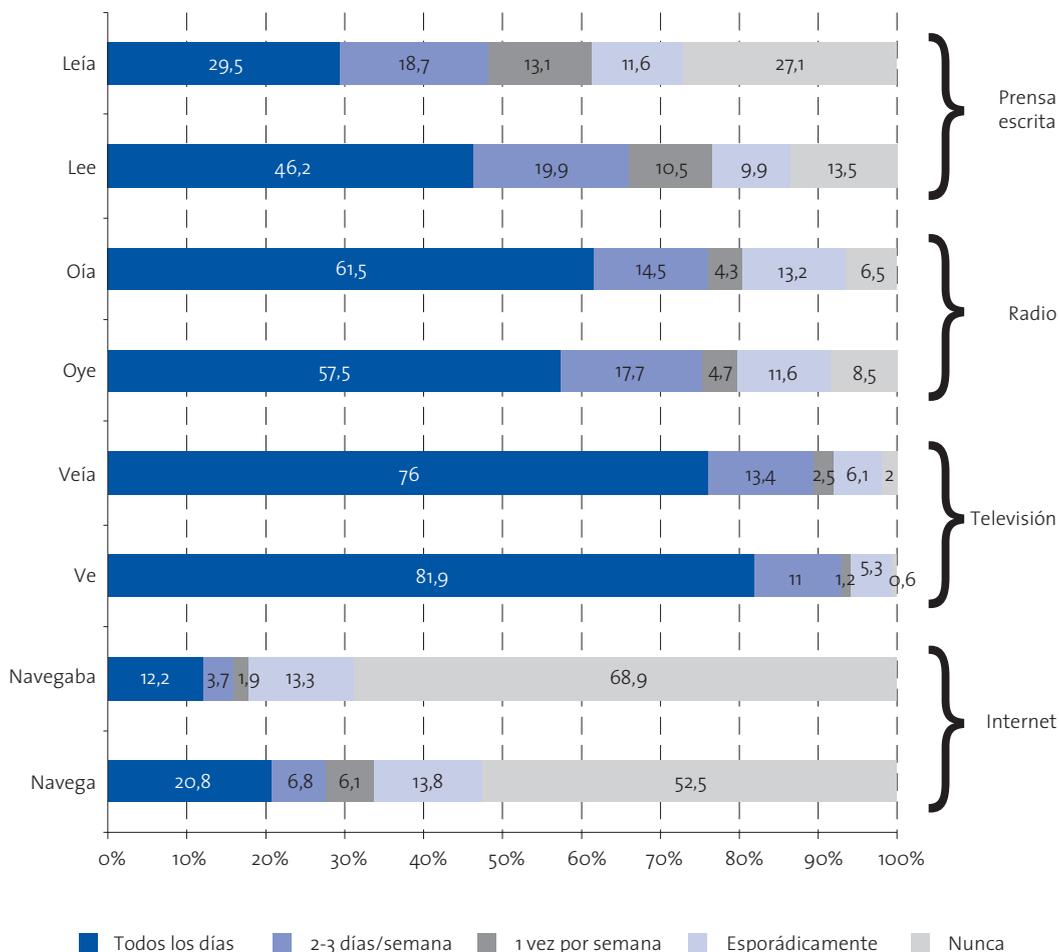
Un hecho destacable es que, una vez llegados a España, los inmigrantes utilizan los medios de comunicación españoles, tanto como fuente de infor-

mación como de entretenimiento o evasión, y tan sólo un pequeño porcentaje de personas continúan en contacto con los medios de su país de origen.

El tipo de programas que se escuchan en radio están orientados fundamentalmente al entretenimiento. En televisión, existe preferencia por los informativos (77,1%), con cifras ligeramente superiores a los programas de entretenimiento y ocio

Gráfico E15. CONSUMO MEDIÁTICO DE LOS INMIGRANTES (LATINOAMERICANOS) EN ESPAÑA. ESTUDIO FT 2006

Desde que reside en España, ¿con qué frecuencia...?



(71,8%). Éstos son los dos tipos de espacios vistos mayoritariamente, muy por encima de los programas deportivos o aquellos otros de debate/actualidad.

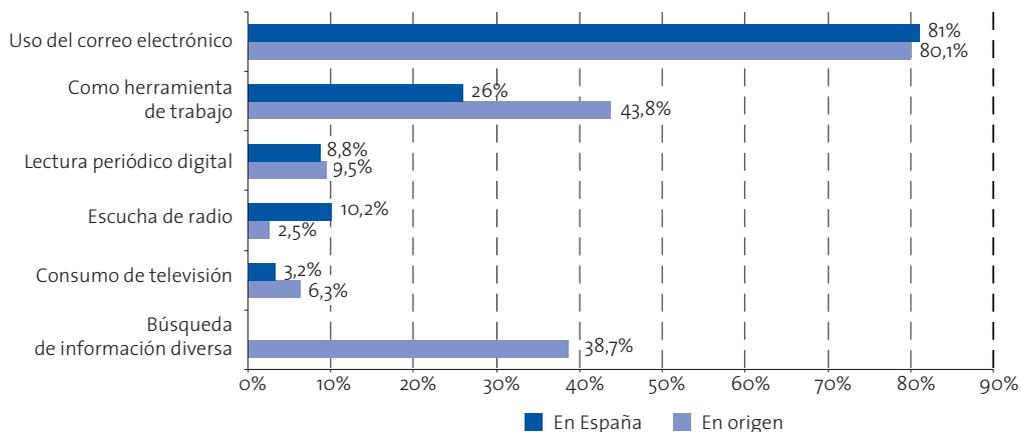
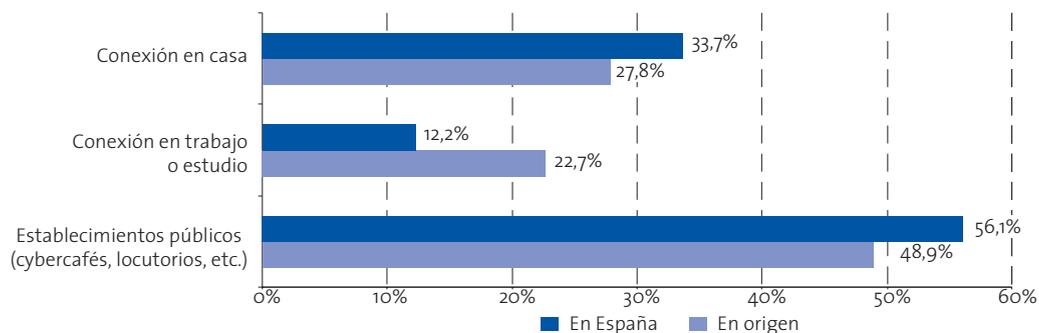
La opinión que les merecen los medios españoles es bastante aceptable. Un 70% considera que son de mayor calidad, y que los espacios informativos de las cadenas de televisión son mucho más

imparciales que las de sus países. Y lo mismo piensan los inmigrantes sobre los programas de entretenimiento, series de ficción, concursos, etc. Únicamente se muestran insatisfechos en la forma en la que se ven reflejados como inmigrantes en los medios de comunicación españoles, aunque la mayoría cree que la televisión es el medio que mejor trata la inmigración.

Gráficos E16,E17. FINES PARA UTILIZAR INTERNET Y MEDIOS DE ACCESO

Consumo de Internet

Base: navegan por Internet, n = 329

Principales fines por los que utiliza Internet (Respuesta múltiple. % de primera y segunda mención)**Medio por el que accede a Internet**

Más de la mitad de los inmigrantes (62,5%) cree que los medios españoles pocas veces reflejan de forma adecuada lo que ocurre en sus países de origen, frente al 37,5% que considera que lo hacen muy a menudo o a menudo. Para un 13% el tratamiento de los profesionales del periodismo español de los asuntos de su país nunca es el pertinente.

La percepción del trato que otorgan los medios de comunicación españoles a los asuntos de las

naciones de origen es contradictoria por cuanto la mayoría de los inmigrantes, un 41,8%, recurre a medios españoles para informarse de las noticias relevantes de su país. Otro medio importante para estar informado es la transmisión oral, procurada por familiares y amigos. Un 39% de los encuestados acude a paisanos que permanecen en origen como fuente de información de lo que acontece en su tierra natal.

7. CONCLUSIONES

Dadas las circunstancias de profunda crisis económica, se está produciendo un frenazo en la expansión registrada en los últimos años entre los medios de comunicación para inmigrantes. Sin embargo, este sector no ha quedado paralizado, ni mucho menos, entre otras razones porque está más preparado para la crisis que el resto de los medios generalistas que atraviesan también por serias dificultades.

Los propios directivos de algunos medios para inmigrantes señalan que estos medios van a salir de la crisis aumentando la dedicación, la calidad y la eficiencia, aplicando recetas imaginativas y luchando, en definitiva, para aportar calidad. Los inmigrantes se han dotado en España de medios propios, especialmente escritos, pero no por ello dejan de consumir los contenidos de los medios españoles. La televisión es el medio de mayor consumo en su vertiente informativa y de entretenimiento.

Respecto a la prensa gratuita, que es una de las modalidades a la que tienen un mayor acceso los inmigrantes, se constata que se encuentra en manos generalmente de empresas españolas, y contri-

buye a una mayor integración social de los inmigrantes y reduce el nivel de incertidumbre y distancia con el país de acogida, es decir, con España.

En relación con la dieta mediática multimedia de los inmigrantes, se podría decir que es similar en cuanto a medios a la que mantenían en los países de origen, aunque una vez en España se intensifica el consumo, porque los inmigrantes quieren estar más informados sobre las noticias de sus respectivos países y sobre los asuntos que les interesan del país de acogida.

El consumo de medios por parte del inmigrante, cuando se trata de buscar información, es de carácter integrador: utiliza medios de todo tipo y producidos tanto en el país de nacimiento como en el país de inmigración. Incluso, puede llegar a utilizar los medios de manera voluntaria para adquirir un mayor conocimiento sobre el país de inmigración y agilizar así el proceso de integración.

Merece la pena tener en cuenta el alto consumo y uso que los inmigrantes hacen de Internet en muchas de sus formas y potencialidades. El consumo es mayor en la sociedad receptora que en el de los países de origen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACPI: *Estudio de Medios para inmigrantes (EMI)*, Madrid, 2008. (www.acpi-emi.com).
- AZNAR, Hugo: *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Barcelona, Paidós, 2005.
- CAIXA CATALUNYA: *Boletín de coyuntura*, Septiembre, Barcelona, 2006.
- CASERO RIPOLLÉS, Andreu: «Informando sobre el otro: estrategias del discurso periodístico en la construcción de la imagen de los inmigrantes.» En *Sphera Pública*, n.º 4, Murcia, 2004.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (drtr) y FERNÁNDEZ-BEAMONT José (coord.): *Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana*, Madrid, Fundación Telefónica, 2006.
- DIEZHANDINO NIETO, Pilar: *Periodismo de servicio. Evolución y perspectivas*, Bilbao, UPV, 1994.
- HUERTAS, Amparo y COGO, Dense: *Medios de comunicación e interculturalidad: estudio de las estrategias de mediatización de las migraciones contemporáneas en los contextos brasileño y español y sus repercusiones en la construcción mediática de la Unión Europea y del Mercosur (2004-2008)*. MEC, España y CAPES, Brasil.
- KING, Rusell y WOOD, Nancy (eds.): *Media and Migration: Constructions of Mobility and Difference*, Londres, Routledge, 2001.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES: *II Anuario de la Comunicación del Inmigrante en España*, Madrid, Etnia Comunicación, 2007.
- PARK, Robert: «Human Migrations and the Marginal Man.» En Turner, R.H. (ed.) *On Social Control and Collective Behavior*. The University Chicago Press, 1967.
- ROSELL, María del Mar: *Periódicos para inmigrantes. Segunda Generación de prensa étnica en Madrid*, Comunicación presentada al IV Congreso Internacional Prensa y Periodismo Especializado. Guadalajara, mayo de 2008.
- SANTOS DÍEZ, M^a Teresa: *Periódicos gratuitos para inmigrantes. Noticias de acá y de allá. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2008, n.º 14. pp: 605-616.
- TORREGROSA CARMONA, Juan Francisco: «El tratamiento informativo de la inmigración como paradigma de la alteridad.» En Revista *Pueblos*, 6/8/08.

Webs especializadas relevantes asociadas a los medios de prensa para inmigrantes de mayor difusión:

- SÍ SE PUEDE <http://www.sisepuede.es/>
- DIARIO LATINO <http://www.latinomadrid.com/>
- LATINOAMÉRICA EXTERIOR <http://www.latioamericaexterior.com/>
- EXPRESS NEWS <http://www.expressnews.uk.com/>
- EL COMERCIO <http://www.elcomercio.com/>
- EL UNIVERSO <http://www.eluniverso.com/>
- PERIODICO QUIU <http://www.periodicoquiui.com/>
- EL LATINOAMERICANO <http://www.el-latinoamericano.com/>
- NOVA DUMA y HOBADYMA <http://www.novaduma.com/>

ROMAN IN LUME <http://www.romaninlume.com/>

UNIVERSUL ROMANESC <http://www.universulromanesc.net/>

EL MANDARIN <http://www.elmandarin.info/>

MUNDO HISPANO <http://www.mundohispano.info/>

LAZO LATINO <http://lazolatino.net/>

TOUMAI <http://www.toumai.es/>

OCIO LATINO <http://www.ociolatino.com/>

PUEBLO NUEVO <http://www.pueblonuevo.net/>

REVISTA QUE HUBO <http://www.revistaquehubo.com/>

RAIZ <http://www.clubraiz.com/>

(II) EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA INMIGRACIÓN EN ESPAÑA

Matilde Eiroa San Francisco

INTRODUCCIÓN

El *Homo migrans* existe desde que existe el *Homo sapiens* ya que la movilidad es inherente a la condición humana tanto como son otras características que definen a esta condición, como la reproducción o la enfermedad. Los grandes movimientos en el espacio se han producido en formas de emigración a zonas fuera de las fronteras habituales de residencia, y en formas de emigración en el interior de las mismas. En cuanto a las causas y objetivos que las han provocado a lo largo del tiempo, podemos distinguir entre las originadas por factores económicos, relacionadas generalmente con la escasez de los medios básicos de subsistencia en el lugar de origen; las inducidas por factores políticos, como la instalación de regímenes excluyentes que generan la salida de los disidentes; o las impulsadas por factores medioambientales, tales como la degradación de un determinado territorio y la necesidad de buscar otro disponible para el asentamiento humano. Prescindiendo de los desplazamientos de los refugiados políticos, las migraciones, pues, constituyen procesos que surgen como respuesta a condicionamientos económicos, culturales, territoriales o ecológicos de gran complejidad.

Después de la Segunda Guerra Mundial el maremagno de población movilizada para las campañas

bélicas continuó con grandes proporciones por el nuevo reparto de fronteras que remodelaron el mapa internacional. Europa perdió habitantes a favor de Estados Unidos e Iberoamérica en un flujo que reavivaba las antiguas tradiciones migratorias de la Edad Moderna. La atracción americana actuó de forma imparable para los miles de individuos de procedencia europea que pretendían rehacer sus vidas lejos del continente que parecía autodestruirse. Sin embargo, no todos pudieron cambiar de vida y de continente. Muchos permanecieron en Europa pero se instalaron en lugares diferentes al de su nacimiento, donde podían reconstruir su futuro personal y profesional. La recuperación económica registrada en la década de los cincuenta y sesenta fue acompañada del fenómeno de la descolonización, que provocó la llegada de los habitantes de las antiguas colonias a las metrópolis. París y Londres se llenaron de ciudadanos de distintos colores y estéticas, culturas dispares que venían a perfilar un paisaje urbano multicultural y multiétnico. La creación de la Comunidad Económica Europea y el estado de bienestar en el viejo continente no hizo sino aumentar el atractivo de sus territorios para los habitantes de América, Asia, África y Oceanía, construyendo entre todos un fenómeno de singular importancia en nuestra historia reciente.

1. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE ESPAÑA COMO PAÍS DE ACOGIDA

La existencia de fronteras que delimitan un espacio geográfico donde existe una unidad de justicia y una unidad de decisión es un hecho relativamente reciente. En la sociedad feudal la idea de frontera estaba particularmente alejada de nuestra experiencia y durante la Reconquista la nobleza cristiana, al expandirse militarmente hacia el sur, no trazaba una línea divisoria, sino que ampliaba sus posesiones y su riqueza. Los Reyes Católicos, por ejemplo, tomaron posesión de las nuevas tierras a título personal en una época en que las fronteras políticas actuaban como límites de propiedad.

En la edad contemporánea España ha sido predominantemente tierra de emigrantes, aunque no por ello hemos dejado de recibir población, como muestra, por ejemplo, la presencia de napolitanos en el siglo XIX tras la unificación italiana. Sin embargo, la característica dominante ha sido la tradición persistente de exilios. La intolerancia ha empujado a grupos heterogéneos a salir hacia países más liberales como Francia o Gran Bretaña, receptoras tradicionales de españoles desde épocas de Fernando VII. En el periodo comprendido entre 1850 y 1950 salieron rumbo a las Américas en busca de empleo y de mejora de las condiciones de vida, alrededor de tres millones y medio de individuos que se dirigían a Argentina, Brasil, Uruguay, México o Cuba.¹ Menos conocido es el fenómeno de la emigración al norte de África, principalmente

a Argelia, ocurrida en los últimos años del siglo XIX, y a Marruecos, después de que se estableciera el protectorado español.

Podemos considerar dos puntos de inflexión en las corrientes migratorias de España en el siglo XX. El primero de ellos fue el del cambio del punto de destino de los emigrantes, quienes hasta la década de los treinta abandonaban sus zonas de origen para trasladarse a América. A partir de entonces combinaron el traslado a América del Sur con el de algunos países europeos entre los que destaca Francia. En este periodo (1945-1950) ocurrió un fenómeno particular derivado de la coyuntura bélica de la Segunda Guerra Mundial y es que España se convirtió en país receptor de minorías, refugio de cientos de individuos de procedencias distintas. Por un lado, llegaron los que huían de la justicia aliada como consecuencia de su pasado nazi, y por otro, los que venían huyendo de los países en los que se iban imponiendo los gobiernos comunistas. Se trataba, en cualquier caso, de colectivos poco numerosos, puesto que el régimen político existente y la reducida actividad económica de la posguerra la configuraban como un enclave de escaso atractivo.

El segundo punto de inflexión podemos situarlo durante el último tercio del siglo XX, momento en el que se convirtió en país receptor no sólo de trabajadores extranjeros, procedentes principalmente del norte de África y América Latina, sino

1. ORTEGA, N., *España hacia una nueva política migratoria*, en <http://www.migrationinformation.org/Profiles/display.cfm?ID=99> (consulta: 4 de marzo de 2009).

de inmigrantes acomodados de otros países de la Unión Europea –especialmente británicos, alemanes y nórdicos–, que encontraron acomodo en las tierras cálidas del sur y del levante. La evolución desde su tradición emigratoria a un país de inmigrantes estuvo inscrita en un fenómeno regional de mayor envergadura en el que aparecen involucrados países mediterráneos como Portugal e Italia, hasta entonces consideradas zonas de tránsito y desde ese momento transformadas en destinos definitivos. Varios factores explican este cambio, entre ellos el cierre de las fronteras de Alemania, Suiza o Francia, receptores tradicionales de emigrantes; la evolución política que supuso el fin de regímenes antidemocráticos; la proximidad con el Magreb; los fuertes vínculos históricos y económicos entre las dos costas del Mediterráneo así como la adhesión de Portugal y España a la Comunidad Económica Europea, novedad que hizo situarlas en la antesala de la Europa desarrollada. En el plano estrictamente laboral, otros factores contribuyeron a acentuar esta tendencia, entre los que podemos señalar la irregularidad de los mercados laborales de los países emisores y la importante práctica de la economía sumergida de los países receptores, escenario en el que la inmigración ilegal encontraba terreno abonado para su desarrollo.

El primer intento en la historia reciente por legislar la inmigración fue bajo el Gobierno socialista que salió de las urnas en octubre de 1982. La admisión en la entonces Comunidad Europea estaba fijada para 1986, con lo cual había cierta urgencia en adaptarse a la legislación comunitaria, que imponía restricciones a la inmigración de ciudadanos de países ajenos a la Comunidad. En 1985 se puso en marcha la primera ley española en la materia, la Ley de Extranjería, que contemplaba los derechos y las libertades de los extranjeros. En esa legislación se concebía al fenómeno migratorio como un acontecimiento coyuntural y se centraba en disposiciones sobre los inmigrantes que habi-

taban ya en territorio español. En términos generales se abordaba la cuestión como extranjeros trabajadores cuya condición debía ser reglamentada por el Ministerio de Trabajo. La Ley era fruto del contexto en el que se publicaba, un contexto en el que los índices de desempleo eran muy elevados y en el que la inmigración se hallaba en una fase inicial donde había poca demanda de residencia permanente y reunificación familiar. Las nuevas normas exigían que los inmigrantes tuvieran una oferta de empleo antes de solicitar visados de trabajo y permisos de residencia y dificultaban enormemente la renovación de los permisos ya obtenidos.

La Ley de Extranjería de 1985 dejó a un elevado número de inmigrantes sin la documentación adecuada para vivir o trabajar, circunstancia que obligó a los gobiernos a efectuar cada cierto tiempo programas de regularización –1991, 1994, 1996, 2000, 2001– destinados a compensar las deficiencias de las políticas de acceso laboral y residencial.² El número de residentes extranjeros de España registró un aumento considerable en el último cuarto de siglo. Si entre 1975 y 1985 había sido de un 2,2% anual, entre este año y 1991 la población extranjera subió a una tasa media del 7% anual. La composición era extremadamente diversa en términos de procedencias: había representadas no menos de 30 nacionalidades de todos los continentes –a excepción de Oceanía– y regiones del planeta: América Latina, Caribe, Magreb, Europa del Este, Europa Occidental, África subsahariana y Asia. Paulatinamente el fuerte predominio de los europeos ha ido cediendo paso a los procedentes de otros continentes, generalmente de países menos desarrollados, cuya presencia es ya casi el doble de los que vienen de zonas industrializadas. Hasta hace poco tiempo predominaban los marroquíes, pero a finales del 2008 les superaron los rumanos y se han atenuado los flujos originarios de Ecuador, Colombia, China, Ucrania y Bulgaria. Estos inmigrantes tienden a concentrarse en Madrid,

2. Véase *Anuario de Extranjería del Ministerio del Interior*, año 2000.

Cataluña, Valencia, Murcia y Andalucía, es decir, las dos ciudades más activas económicamente y el arco del Mediterráneo.

La novedad, por tanto, es que España ha dejado de ser un país de emigración y se ha convertido en receptora neta de inmigrantes, lo que ha supuesto un importante cambio en la sociedad, la economía y en la agenda política.³ Este cambio guarda una relación directa con la modernización socioeconó-

mica iniciada en el periodo de la transición política a la democracia y culminada a principios del siglo XXI. Todos los indicadores sociales marcan un avance significativo en cuanto a la incorporación de la mujer al mundo laboral, el desarrollo de la educación, los transportes y las infraestructuras, elementos que han contribuido a que España fuera percibida como un país moderno y plenamente integrado en la estructura internacional.

3. Sobre los cambios producidos en España en los primeros años de la inmigración, APARICIO, R. y TORNOS A., *La inmigración y la economía española*, Ministerio de Trabajo, Madrid, 2000. AUBARELL, G. y ZAPATA, R. (eds.), *Inmigración y procesos de cambio: Europa y Mediterráneo en un contexto global*, Icaria, Barcelona, 2003.

2. LA INMIGRACIÓN EN ESPAÑA A COMIENZOS DEL SIGLO XXI

La inmigración es un tema que ha alcanzado un nivel alto de percepción negativa debido a los temores que suscita la creciente presión migratoria asociada a conceptos como la intolerancia, el racismo, la xenofobia, la discriminación, los conflictos o los prejuicios culturales. Sólo si conocemos las formas en que se han desarrollado las migraciones en todo el mundo y en España en particular, podremos valorar mejor el proceso.

Casi diez años después de la llamada Ley de Extranjería de 1985, se promulgó el reglamento de desarrollo de esta ley en el que ya se planteó la inmigración como un fenómeno estructural y se reconoció a los extranjeros un conjunto más amplio de derechos, entre los que figuran la educación, la igualdad, el derecho a la asistencia letrada y de un intérprete. Por último, sirvió para establecer la categoría de residente permanente y para contemplar oficialmente en el marco de la ley el concepto de la reunificación familiar. En enero de 1998 surgió una nueva iniciativa dirigida a resolver otras cuestiones que planteaba la inmigración. Se trata de la Ley Orgánica sobre los derechos y libertades de los extranjeros en España y su Integración Social, que entró en vigor el 12 de enero de 2000 contando con un amplio consenso político para su promulgación debido al enfoque claro de los derechos políticos y sociales de los extranjeros ajenos a la Unión Europea y a la constatación de que se trataba de un fenómeno estructural. La cuestión clave en su promulgación es que fue un paso adelante desde una política de extranjería

centrada en controlar los flujos de inmigrantes a una política de inmigración que abordaba desde una perspectiva amplia esta cuestión.

La Ley Orgánica fue el punto de partida para el llamado «Plan GRECO», Programa Global de Regulación y Coordinación de la Extranjería y la Inmigración. Este plan, competencia del Departamento de Inmigración del Ministerio del Interior, consistía en una iniciativa plurianual cuyos objetivos eran adoptar medidas en torno a la integración de los residentes extranjeros, la regulación de los flujos migratorios y el mantenimiento del sistema de protección para los refugiados y desplazados. GRECO asignaba un papel fundamental a las comunidades autónomas en el cumplimiento de su función de confeccionar y aplicar políticas locales que hicieran efectivas la integración de los inmigrantes. En mayo de 2000 se creó en el Ministerio del Interior una Secretaría de Estado denominada Delegación del Gobierno para la Extranjería y la Inmigración, dotada de amplias competencias y facultades para afrontar estas cuestiones.

Además de los planes de regularización, los distintos gobiernos han ido marcando un sistema de cuotas laborales dirigido a subsanar periodos de escasez de mano de obra como consecuencia de la baja natalidad y de las características del mercado laboral español. Dichas cuotas servían para canalizar las corrientes de inmigración legal hacia sectores de la economía en los que hubiera escasez de trabajadores autóctonos.¹ A partir del 2002 se reformó el sistema

1. Se realizaron cuotas entre 1993 y 1995, entre 1997 y 1999, en el 2002 y también existen en la actualidad. IZQUIERDO ESCRIBANO, A., «Inmigración: Mercado de Trabajo y Protección Social». *Segunda Jornada del encuentro del CES*. El Escorial, 2001.

para garantizar la estabilidad y la continuidad laboral y desde ese momento, el Gobierno debía establecer la cuota anual para los trabajadores extranjeros, una vez visto el Informe del Instituto Nacional de Empleo sobre la situación nacional del empleo. Si el Informe ofrece datos sobre la falta de mano de obra para algún sector concreto, entonces se recurre a los trabajadores extranjeros. Junto al nuevo sistema de cuotas y en la voluntad de reducir al mínimo la inmigración ilegal, no se contrata extranjeros si no es desde sus países de origen y en virtud de convenios bilaterales con los países de emigración. España ha suscrito acuerdos bilaterales para estos fines con Ecuador, Colombia, Marruecos, República Dominicana, Nigeria, Polonia y Rumanía y, en los últimos años, con países del África subsahariana con los que mantiene una intensa actividad de cooperación internacional. Los convenios se concentran en la negociación de fórmulas administrativas para el acceso al mercado laboral, se reglamentan las oportunidades laborales, se dispone la difusión de las ofertas de empleo, la evaluación de condiciones profesionales, el transporte y la admisión. Para los países de origen supone un ingreso de divisas nada desdeñable que se incrementa año tras año. De hecho, en los diez primeros meses del año 2004 ascendieron a 2.771 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 17,5% con respecto al mismo periodo de 2003. Estas remesas van dirigidas a las familias que se quedaron en sus respectivos puntos de procedencia. Según datos del Ministerio del Interior divulgados en enero de 2009, el número de la inmigración ilegal a través de la llegada de pateras ha disminuido en un 25%, cifra que se ha interpretado como el producto de la cooperación internacional con las naciones del África subsahariana, zona de origen de gran parte de estas embarcaciones que llegan a nuestras costas.

La reforma de la Ley de Extranjería realizada en 2003 fue presentada como una vía para facilitar la inmigración legal y cerrar la entrada de la ilegal. Acabar con los inmigrantes irregulares que llegaban por los aeropuertos como falsos turistas se convirtió en uno de los objetivos fundamentales de la nueva política de inmigración, aunque los esfuerzos no evitaron la tragedia de pérdida de vidas que suele conllevar la inmigración clandestina. Se calcula que a principios de 2005 un millón de inmigrantes sin papeles estaban esperando para lograr su pasaporte a la legalidad, fecha en la que se realizó un nuevo proceso de regularización extraordinaria previsto en el Reglamento de Extranjería.

Las nacionalidades mayoritarias con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor son, a principios del 2009, la marroquí, la rumana y la ecuatoriana, a pesar de que la inmigración del conjunto de países de la Unión Europea representa un alto porcentaje del total. Los colectivos procedentes de Gran Bretaña (cuarto lugar) y Alemania (séptimo lugar) se hallan entre los más numerosos, habituados a instalarse en España desde hace años.²

La llegada sostenida de inmigrantes y su instalación en la sociedad española ha supuesto una transformación social comparable en profundidad e implicaciones con cualquier otra que se haya producido en nuestra historia contemporánea.³ Es uno de los cambios socio-económicos más importantes desde la Constitución de 1978 y ha tenido un importante impacto en múltiples esferas. El más visible es su volumen, la cantidad de personas que vienen a compartir el territorio, el mercado laboral y los servicios propios de la sociedad del bienestar. El aumento se vino produciendo desde 1995 y lo ha hecho de forma espectacular a partir del año 2000. Si tomamos como criterio el número de poseedores de permisos de residencia, hemos pasado de los 430.000 en 1993, a 1.647.000 a finales del 2003, es decir, se ha cua-

2. MINISTERIO DE TRABAJO, OBSERVATORIO PERMANENTE DE LA EMIGRACIÓN, *Informe trimestral, septiembre 2008*, Madrid, 2008.

3. ARANGO, J., «La inmigración en España: demografía, sociología y economía», en VV.AA., *Inmigración. Un desafío para España*, Editorial Pablo Iglesias, Madrid, 2005.

druplicado en 10 años. A principios del 2007 eran 4.331.610 o el 8,5% de la población total a los que habría que sumar los no regularizados que harían subir ese porcentaje a un 10%.⁴ Además de su cuantía, el impacto en la sociedad española tiene una triple dimensión: 1) el aumento demográfico por la elevación de la fecundidad y el consiguiente rejuvenecimiento de la misma que provoca una modificación del perfil sociodemográfico de la población española. 2) Cambios económicos relacionados con el empleo y el consumo. 3) Cambios sociales, especialmente relacionados con un aumento de la desigualdad social, la aparición de una nueva clase subalterna y el empeoramiento de las condiciones de vida.

La estructura de la población inmigrada ha transcurrido desde los primeros estadios del ciclo migratorio, es decir, los que inician la cadena o «primo-inmigrante», hasta los estadios siguientes en que llegan individuos relacionados con ellos a través de lazos familiares o de amistad. Estos individuos tienden a ser jóvenes, adultos, solteros o no acompañados de sus cónyuges. Entre los «primo inmigrantes» figuran mujeres (47%) tanto como hombres (53%), dependiendo de las nacionalidades y los nichos laborales, pero la diferencia no es muy abultada. Los motivos de su llegada responden, sin lugar a dudas, a fuertes factores de expulsión de los países de origen, así como a decisiones político-económicas que conducen a la firma de convenios bilaterales. Junto a éstos, la intensidad de los flujos ha permanecido en el tiempo porque han encontrado un trabajo remunerado y ciertas condiciones mínimas para una residencia confortable. La baja natalidad española, el envejecimiento de la población y el crecimiento económico en el sector servicios, figuran entre las explicaciones a dicho fenómeno. Los trabajadores se concentran en pocos sectores de actividad: la construcción, hostelería, agricultura y servicio doméstico, aunque

poco a poco tienden a diversificarse hacia el comercio, mudanzas, transportes, reparaciones a domicilio o el autoempleo, en el caso de la comunidad china.

El análisis del contexto demográfico, económico, social y político muestra que desde el 2000, la inmigración ha entrado a formar parte de nuestra conciencia colectiva, sobre todo porque el elevado número de inmigrantes ha cambiado el paisaje y es una evidencia de que nos hallamos ante un presente y un futuro social multicultural. Está insertada en un gran marco de globalización económica, desde cuya perspectiva observamos que la procedente de países en vías de desarrollo no sólo ha sido mayor sino que ha aumentado de forma irreversible. Incremento que no sólo ocurre por variables sociales y económicas de los países emisores, sino más bien a las políticas de cupos del Gobierno y a los convenios bilaterales, que fomentan la selección en origen. La explicación de la gestión de flujos de inmigrantes no puede separarse de la política.

La inmigración forma parte de las agendas sociales, políticas, económicas y mediáticas, que ofrecen interpretaciones determinadas a esta temática. Se ha producido un aumento desmedido de noticias en prensa; el Gobierno incluye de forma regular el tema en las encuestas del CIS, y los resultados de su investigación la sitúan dentro de las diez primeras preocupaciones de los españoles⁵. Las discusiones parlamentarias reproducen los temas difundidos en los medios de comunicación de tal forma que en numerosas ocasiones el debate político sobre inmigración es básicamente un debate mediático. En el periodo preelectoral de las elecciones del 2004, los partidos políticos construyeron sus discursos sobre la inmigración atendiendo a los comportamientos de los ciudadanos, conformando así interpretaciones que tienen un origen más emocional que racional.

4. INE, 2003 y Ministerio del Interior, 2004.

5. Véase ARANGO J., y SANDELL, R. (coord.), *Inmigración: prioridades para una nueva política española*, Informe del Real Instituto Elcano. Fundación Real del Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, Madrid, 2004.

Con el Gobierno socialista ganador de las elecciones de 2004, se anunció una reorientación de la política migratoria, fruto de la consulta a un conjunto de agentes sociales, como las cámaras empresariales y los sindicatos mayoritarios. Más allá del método, más abierto al diálogo fuera del ámbito gubernamental, los contenidos básicos de dicha política no modificaron sustancialmente la legislación anterior. Las autoridades reconocían que no es posible regular completamente los flujos de inmigración laboral a través de mecanismos de entrada regularizados y que continuarán existiendo flujos irregulares, aunque se intenten reducir al mínimo. En los últimos años esta situación se ha transformado en una mayor atención a la inmigración y se han modificado los principios y los objetivos de la legislación en esta materia, aunque es preciso señalar que ni las Administraciones públicas ni la sociedad estaban preparadas para asumir e integrar los flujos de llegadas que han elevado la proporción de extranjeros en España a niveles altos de la Unión Europea.

En 2005 se consignó un Fondo de Apoyo a la Acogida y la Integración de los inmigrantes, cuyo presupuesto se ha ido transfiriendo cada año desde el Ministerio de Trabajo hacia las comunidades autónomas para su gestión y aplicación a proyectos concretos dirigidos a la incorporación de estos nuevos residentes a la vida cotidiana.⁶ Sin embargo, no sería hasta el año siguiente cuando se adoptaron medidas políticas estructuradas que se materializaron en la elaboración de un Plan Estratégico de Ciudadanía e Integración dotado con dos mil millones de euros⁷ y la redacción de unas bases para el diseño de una política de inmigración común bajo el argumento de que

la inmigración ha constituido un fenómeno muy positivo que ha contribuido a la conversión de España en la octava potencia económica mundial, el aumento de la renta per cápita de los españoles, así como el incremento de las cotizaciones a la Seguridad Social. Esta política se proponía, en primer lugar, promover una inmigración ordenada y legal a favor del reconocimiento de derechos y obligaciones de quienes viven y trabajan de manera legal, y, en segundo lugar, planteaba la lucha contra las mafias de inmigración ilegal y de trata de seres humanos, el trabajo irregular y la economía sumergida. Las bases asentaban los principios del respeto a la legalidad vigente, la adaptación de las administraciones para una mejor gestión de los recién llegados y la adopción de medidas laborales, educativas y sociales para la plena integración de los inmigrantes, siguiendo las directrices que marcaba el Plan Estratégico de Ciudadanía e Integración diseñado en el verano por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para el trienio 2007-2010.⁸ Asimismo, se promovió la creación de una Subcomisión parlamentaria para el estudio, evaluación y formulación de una política migratoria común que se reunió durante el año 2007 sin que llegara a un acuerdo concreto.⁹

En el 2006 la Ley de Creación de Agencias Estatales de julio abrió el camino para la apertura de una Agencia Estatal de Inmigración y Emigración, cuyo objetivo era «el desarrollo y la ejecución de las competencias estatales en materia de regulación e integración social de los inmigrantes, así como para la programación y gestión de las diversas actuaciones de asistencia y apoyo a los emigrantes españoles en el extranjero». ¹⁰ Lo cierto es

6. Presupuesto y distribución del mismo en Resolución de 19 de febrero de 2008, BOE de 29 de febrero de 2008.

7. Puede descargarse gratis en la dirección web: http://www.integralocal.es/microsite_peci/peci.html

Artículo sobre dicho Plan en *El País* de 24 de junio de 2006, p. 29.

8. Documento completo sobre las bases en la web de la Vicepresidencia 1ª del Gobierno, dirección: <http://www.mpr.es/Documentos/default.htm> (consulta: febrero de 2009).

9. Actas del Congreso de los Diputados, 13 noviembre 2006, n.º 697. Debate y votación de la solicitud de creación de la Subcomisión sobre política de Inmigración. Actas del Congreso de los Diputados, 19 de junio de 2007, n.º 849 sobre solicitud de prórroga para la finalización de los trabajos de la Subcomisión sobre política de Inmigración.

10. BOE n.º 171, de 19 de julio de 2006.

que el aumento de la llegada de inmigrantes se había acelerado y el Gobierno se vio impelido a tomar decisiones que canalizaran la situación, especialmente cuando se trataba de embarcaciones cargadas con hombres, mujeres y menores sin documentación. En mayo, fruto de las llegadas masivas de «ilegales» procedentes del África subsahariana a las islas Canarias, la Vicepresidenta 1ª del Gobierno, M.ª Teresa Fernández de la Vega, se reunió con la Comisión Europea para arbitrar medidas urgentes contra la inmigración ilegal. Los resultados de este encuentro se concretaron en la instalación de un Equipo de Reacción Rápida Europeo, compuesto por técnicos nacionales sanitarios y de identificación para ofrecer asistencia técnica y operativa inmediata, la realización de labores de reconocimiento marítimo y aéreo en Marruecos, Mauritania, Senegal, Cabo Verde, Guinea Bissau, Guinea Conakry y Gambia, el establecimiento de un mecanismo de coordinación para fomentar el intercambio de información sobre las rutas migratorias y las mafias que operan en ellas, el apoyo logístico y operativo de la Comisión y la asignación de un presupuesto para acometer estas tareas y otras complementarias.

Sin embargo, en el último año la crisis económica, especialmente grave en el sector de la construcción y de servicios, ha generado un aumento del paro a cifras muy elevadas. Muchos inmigrantes no encuentran trabajo con la facilidad de otros tiempos y se multiplican los meses que pasan hasta que ocupan un puesto remunerado.¹¹ En este marco, desde mayo de 2008 la Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración diseñó un plan de retorno voluntario para aquellos que tuvieran el riesgo de caer en la exclusión social o que se encontraran en una situación de precariedad laboral.

El programa ofrece un billete de retorno, el pago de gastos imprevistos, una ayuda de 50 euros por cada miembro de la unidad familiar y una ayuda económica para la reintegración en el país de origen.¹²

Uno de los colectivos más castigados es el de las mujeres, convertidas en objeto de explotación sexual y laboral, cuando no sometidas a malos tratos por parte de sus parejas. Con el propósito de atender y prevenir la violencia sobre ellas, en enero de 2009 el Consejo de Ministros aprobó un Plan de Atención y Prevención de la Violencia de Género en población inmigrante con una vigencia para el periodo 2009-2012, en el marco de la Ley Integral contra la Violencia de Género, que garantiza los derechos de todas las mujeres víctimas, con independencia del origen, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.¹³

Según los informes de población de Naciones Unidas somos el décimo país del mundo por número de inmigrantes.¹⁴ En Europa, que se ha convertido en el primer destino de la emigración (atrae a uno de cada tres emigrantes del mundo), España está por detrás de Alemania, Francia y Reino Unido. Es una inmigración joven —entre 25 y 44 años— con un porcentaje alto de situación irregular. Su presencia en el mercado de trabajo está muy localizada en sectores económicos como la construcción (13,8%), el sector servicios (65,86% en hostelería, restauración y comercios) y la industria (16,52%), reparto concordante con la estructura del mercado laboral español, muy propicia a que surjan numerosos puestos de trabajo en ciertos segmentos ocupacionales. La exclusión social de estos inmigrantes es considerable y sus condiciones de vida son muy rudimentarias, fruto de salarios bajos y de su escasa formación.

11. El 2 de marzo del presente año la Secretaría de Estado de Inmigración anunció una importante reducción de inmigrantes y daba una cifra de 450.000 personas en busca de trabajo, de las cuales sólo lo habían encontrado 10.000.

12. BOE n.º 258 de 25 de octubre de 2008, Resolución de 23 de octubre de la Dirección General de la Integración de los Inmigrantes.

13. Será un Plan llevado a cabo entre los Ministerios de Igualdad, Trabajo e Inmigración, Interior y Administraciones Públicas.

14. UNO (2006), *International Migration 2006*, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. United Nations Publication, No. E.06.XIII.6, marzo. Los mismos datos se ofrecen en *World Population Policies 2005*, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, marzo de 2006.

Tabla Ft. NACIONALIDADES PREDOMINANTES EN ESPAÑA, 2007*

PAÍS DE PROCEDENCIA	TOTAL EXTRANJEROS	% DEL TOTAL	% MUJERES
	4.519.554	100	47,0
Marruecos	582.923	12,9	35,6
Rumanía	527.019	11,7	47,3
Ecuador	427.099	9,5	51,3
Reino Unido	314.951	7,0	49,2
Colombia	261.542	5,8	56,4
Bolivia	200.496	4,4	56,4
Alemania	164.405	3,6	49,4
Argentina	141.159	3,1	49,8
Italia	135.108	3,0	40,9
Bulgaria	122.057	2,7	45,7
China	106.652	2,4	44,5
Perú	103.650	2,3	51,6
Portugal	100.616	2,2	38,3
Francia	100.408	2,2	50,0

*Fuente: Anuario Estadístico, Cifras de población a 1 de enero de 2007. INE.

2.1. La atención oficial a la inmigración: instituciones y organismos públicos

Más allá de la legislación y de las medidas para la regulación laboral que hemos señalado en páginas anteriores, el Gobierno de la nación, las comunidades autónomas e incluso algunos ayuntamientos han creado organismos de atención a la inmigración que ofrecen numerosos servicios. La política institucional ha seguido una línea de atención y ayuda a través de diversos ministerios, paralelamente a la descentralización de organismos que han pasado a ser administrados por las comunidades autónomas con el objetivo de que se adecuen a las necesidades específicas de cada una según el perfil de inmigrantes que acojan. Los gobiernos han ido introduciendo estas instituciones desde los años finales del siglo xx, aunque han proliferado especialmente a partir de 2003-2004, y están reguladas como otras instituciones del Estado, es decir, sujetas a la legislación aprobada por los parlamentos.

Las instituciones responsables de atender e informar a los inmigrantes son, básicamente, los ministerios y las comunidades autónomas. En su seno han proliferado las instancias de carácter informativo –foros, observatorios o plataformas– y, por otro lado, organismos activos estructurados en forma de direcciones generales, subdirecciones o departamentos ministeriales. Este esquema se ha trasladado a las comunidades autónomas, en las que se han establecido consejerías o departamentos específicos de inmigración así como numerosos recursos de atención e información próximos al ciudadano.

Entre las entidades de carácter informativo pertenecientes al Gobierno de la nación, señalaremos la creada en la Vicepresidencia 1ª del Gobierno, denominada «Servicios al ciudadano» que ofrece información a través del «Portal del Ciudadano», donde están registrados los diversos requisitos y servicios para las personas que deseen regularizar su estancia. De forma similar, el Ministerio de Administraciones Públicas alberga un servicio deno-

minado «Extranjería», que incluye el mismo tipo de contenidos y proporciona formularios *on-line* para la cumplimentación de los procedimientos administrativos relacionados con permisos y autorizaciones de trabajo y de residencia.

El Ministerio de Trabajo e Inmigración, sin embargo, se configura como la principal institución encargada de la gestión de la inmigración.¹⁵ El ministerio cuenta con un servicio informativo muy completo que incluye centros nacionales de investigación de universidades, fundaciones, institutos, asociaciones y enlaces de interés.

Bajo la estructura del ministerio se encuentra una Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración y una Subsecretaría de Trabajo e Inmigración, dedicada a cuestiones del mercado laboral y distintos temas administrativos. La Secretaría de Estado de Inmigración, a su vez, está estructurada en tres Direcciones Generales: Inmigración, Integración de Emigrantes y Ciudadanía Española en el exterior. Asimismo, tiene adscritos tres órganos con distintas funciones que son los siguientes: 1) El Foro para la Integración Social de los Inmigrantes es un órgano colegiado de consulta, información y asesoramiento, que depende de la Dirección General de Integración de los Inmigrantes y que se constituyó en junio de 2006. Su objetivo es el de «promover la participación e integración de los inmigrantes en la sociedad española, proponiendo, informando y canalizando actuaciones encaminadas a dichos fines». Entre sus funciones, destacan las de formular propuestas y recomendaciones tendentes a promover la integración de los inmigrantes y refugiados y elaborar dictámenes e informes sobre la integración social. 2) El Observatorio Español del Racismo y la

Xenofobia, dependiente también de la Dirección General de Integración de los Inmigrantes, tiene como meta la promoción de estudios e investigaciones, la recopilación y análisis de la información sobre racismo y xenofobia, la promoción del principio de igualdad de trato y no discriminación y la colaboración y coordinación con otros organismos nacionales e internacionales vinculados con la prevención y lucha contra el racismo y la xenofobia. 3) El Observatorio Permanente de la Inmigración (OPI) fue creado por el Plan para la Integración Social de los Inmigrantes en diciembre de 1994. En 1998, se integró en el Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (IMSERSO) y realizó múltiples actuaciones de documentación e información. En la actualidad es un órgano colegiado que tiene atribuidas, entre otras, las funciones de recogida de datos, análisis, estudio y difusión de la información relacionada con los movimientos migratorios en España y es el coordinador del Punto de Contacto Nacional de la Red Europea de Migraciones¹⁶.

La Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración es responsable del Fondo de Apoyo para la Acogida y la Integración de los Inmigrantes, instrumento para la financiación de las actividades promovidas por las administraciones autonómicas y locales. Una de las iniciativas, relacionadas con la puesta en marcha del Plan Estratégico de Ciudadanía e Integración, ha sido la creación del portal *Integralocal* que actúa como facilitador de la cooperación interinstitucional y punto de encuentro entre las corporaciones locales¹⁷. En él se pueden comprobar los distintos proyectos de integración financiados por los ayuntamientos y las subvenciones a las distintas actuaciones realizadas para

15. El ministerio se denominaba con anterioridad Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, hasta que el Real Decreto 432/2008 de 12 de abril (B.O.E. 14 de abril de 2008) reestructuró los departamentos ministeriales y cambió su denominación por el de Ministerio de Trabajo e Inmigración (B.O.E. 14 de abril de 2008).

16. Según establece el artículo 5.4 del Real Decreto 1129/2008, de 4 de julio, BOE. Tiene una colección, iniciada en 2004, denominada «Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración», con las que se contribuye a la difusión de investigaciones y estudios realizados en distintos ámbitos que dan a conocer parte de la realidad del proceso migratorio en España. Elabora cuatro publicaciones: Anuario Estadístico de Inmigración, Informes Trimestrales, Boletines y Principales series.

17. Dirección web: <http://www.integralocal.es/>

la incorporación de los inmigrantes a los núcleos urbanos y rurales.

Por su lado, la Dirección General de Integración de Inmigrantes convoca cada año subvenciones a municipios, mancomunidades de municipios y comarcas para el desarrollo de programas innovadores a favor de la integración de inmigrantes. También se convocan subvenciones para los solicitantes de asilo, refugiados y personas con protección internacional.

Otra institución nacional, el Ministerio del Interior, tiene adscritas algunas competencias sobre la inmigración, especialmente lo que se refiere al control de los «ilegales» que llegan a nuestras fronteras. De esta institución ha partido la iniciativa de la creación del Plan Nacional para la Alianza de Civilizaciones que integra actividades de integración y capacitación de inmigrantes. El ministerio ha sido el promotor de dos estudios sociológicos, en el año 2006 y 2007, sobre la comunidad musulmana en España con el propósito de conocer con precisión el perfil de los inmigrantes que profesan esta religión, mayoritariamente procedente del Magreb, África subsahariana y algunos países asiáticos como Pakistán y Bangladesh¹⁸. Asimismo, ha impartido distintos cursos de formación para la Guardia Civil sobre Derechos Humanos y Derecho Humanitario Internacional.

Las Comunidades Autónomas disponen, asimismo, de instancias que atienden a los extranjeros que llegan para establecerse en los distintos ámbitos provinciales. Generalmente las competencias sobre inmigración se encuentran gestionadas en consejerías de Gobernación (Andalucía), de Servicios Sociales, Familia o Bienestar Social (Aragón, Asturias, islas Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Cataluña, La Rioja, País Vasco, Extremadura), de Presidencia, Justicia e Interior (Navarra, Galicia, Castilla-León) o cuentan con una Consejería de Inmigración y Cooperación (Madrid, Valencia). De

estas consejerías dependen comisiones, direcciones generales o departamentos que coordinan las actividades relacionadas con la integración de inmigrantes y los fondos de apoyo para la acogida que transfiere el Gobierno central. Al igual que los ministerios, los gobiernos de las Comunidades Autónomas han establecido numerosos recursos para los recién llegados entre los que citaremos, los de información y comunicación, los relacionados con la formación de funcionarios y personal que atiende a la inmigración, observatorios de análisis, programas generales hacia los inmigrantes y planes integrales para la incorporación de inmigrantes a la vida municipal¹⁹.

La descentralización y desconcentración de competencias asumidas por las Comunidades Autónomas ha tenido como consecuencia dos tipos de funciones: el Estado se ha encargado de regular las entradas y los tipos de permisos de trabajo y residencia, mientras que los gobiernos autonómicos han normalizado la integración social mediante la aplicación de la legislación nacional y de los presupuestos asignados.

La distribución de la tabla nos muestra una mayor concentración porcentual en las islas Baleares, Madrid, Valencia, Murcia y Cataluña, frente a una escasa proporción en Extremadura, la franja norte y Castilla-León, mientras que la provincia con mayor porcentaje de inmigrantes es Alicante. La nacionalidad dominante en Madrid y Cataluña es la iberoamericana y africana, siendo los británicos mayoría en Alicante y Málaga y los alemanes en Baleares y Canarias. La inmigración rumana, en cambio, se reparte entre Madrid y Castellón.

El análisis de la actuación política hacia la emigración nos sugiere algunas reflexiones en torno al modo de proyectar esta cuestión y de organizar la estructura administrativa del Estado. En primer lugar, las administraciones han actuado tarde, cuando se encontraron encima de la mesa con un

18. Informe de Metrocospia, *La Comunidad musulmana de origen inmigrante en España*, Madrid, 2007. Disponible en http://www.mir.es/PNAC/actividades_integracion/comunidad_musulmana/ (consulta: marzo de 2009).

19. Los distintos programas de atención social y de incorporación de inmigrantes a la vida municipal se pueden consultar en los enlaces de las comunidades autónomas que ofrecemos al final de este capítulo.

Tabla F2. POBLACIÓN EXTRANJERA DISTRIBUIDA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN 2007*

	N.º DE PERSONAS	% RESPECTO AL TOTAL DE LA COMUNIDAD
Total nacional	4.519.554	10,0
Islas Baleares	190.170	18,5
Comunitat Valenciana	732.102	15,0
Comunidad de Madrid	866.910	14,3
Región de Murcia	201.700	14,5
Cataluña	972.507	13,5
La Rioja	36.825	11,9
Canarias	250.736	12,4
Aragón	124.404	9,6
Comunidad Foral de Navarra	55.921	9,2
Castilla-La Mancha	159.637	8,1
Melilla	5.327	7,7
Andalucía	531.827	6,6
Castilla y León	119.781	4,7
Cantabria	26.795	4,7
País Vasco	98.524	4,6
Ceuta	3.016	3,9
Principado de Asturias	32.720	3,0
Galicia	81.442	2,9
Extremadura	29.210	2,7

*Fuente: *Padrón municipal*, 2008, INE.

problema, el de la avalancha de inmigrantes, que bien podría haber sido desde un principio una oportunidad de desarrollo (aunque posteriormente se ha demostrado que ha beneficiado claramente a la economía nacional) y haber evitado esa representación mediática de «avalancha, descontrol, irregularidad, pérdidas de empleos para los españoles, delincuencia...». En segundo lugar, ha habido mucha improvisación y muchas iniciativas planteadas que no se han llevado a término, como el diseño de una política emigratoria consensuada por los partidos políticos que todavía está a la espera de su redacción.²⁰ En tercer lugar, la descen-

tralización de esta cuestión desde el Gobierno estatal hasta el de las comunidades autónomas ha generado la multiplicación de organismos que invierten mucho dinero público (dos mil millones de euros sólo en el Plan Estratégico de 2006) en acciones que ofrecen los mismos servicios: guías informativas, foros, portales, plataformas, subvenciones a proyectos... Todos informan acerca de los mismos procedimientos y esto a pesar de que, en teoría, las funciones de las instituciones estatales y las autonómicas son complementarias pero distintas. Es evidente que en muchas ocasiones se solapan en ese pretendido afán por aparecer preo-

20. Ya mencionamos con anterioridad que en el 2006 se elaboraron las bases para el diseño de dicha política pero hasta la fecha no se ha elaborado ningún documento al respecto.

cupados por la población inmigrante y su integración en la sociedad²¹.

En cuarto lugar, pese a todos los esfuerzos políticos y económicos que se han venido realizando, sigue siendo una población bastante desconocida para las administraciones y esto por dos razones básicas: la primera es que se han creado unos recursos que, en gran parte, no son los que entienden y manejan la población inmigrante con escaso acceso a Internet y a los foros de integración organizados para ellos. En segundo lugar, muchas subvenciones y financiaciones convocadas por las comunidades autónomas se pierden porque no se adaptan a la demanda de las asociaciones de inmigrantes ni a sus necesidades. Hablamos mucho de integración pero parece que se tiene poco en cuenta la opinión y la voz de los inmigrantes, muy divididos y fragmentados en múltiples grupos con intereses opuestos, a los que hay que escuchar y gestionar convenientemente. El conocimiento de la inmigración no ha pasado por el análisis del binomio factores de expulsión-factores de atracción, ni tampoco por el estudio de los procesos migratorios globales para una posible interpretación de los mismos en el caso español y el consiguiente diseño de actuaciones.

La intervención en la población inmigrante debería tener en cuenta los elementos comunes (la necesidad de la incorporación en la sociedad contando con la perspectiva de las mujeres y la realidad y el hecho migratorio) y los específicos de su condición y situación, es decir, los prejuicios a los que se enfrentan dependiendo de los municipios donde se asienten, el desconocimiento del medio social en el que han de vivir (problemas de comprensión de la información, dificultades en la comprensión del idioma, limitaciones para conocer y

ejercer sus derechos y sus deberes, la limitación legal para su participación en la política y en la sociedad) o carencias afectivas propias de los individuos que se trasladan a miles de kilómetros de su casa y su cultura.

En definitiva, el marco normativo y referencial de la integración de inmigrantes lo conforman los planes nacionales y autonómicos de inmigración. La entrada de España en la Unión Europea forzó la primera Ley de Extranjería (1985) y años más tarde se elaboró el primer Plan para la Integración Social de los Inmigrantes (1994) y los instrumentos para ejecutarlo (el Foro para la Integración social de los Inmigrantes y el Observatorio Permanente de la Inmigración). Posteriormente llegaron otros planes nacionales y autonómicos dotados con asignación presupuestaria procedente de los Fondos Estructurales europeos y del Estado español con objetivos de promoción de empleo, formación o readaptación profesional. En la actualidad están en marcha planes estratégicos nacionales y autonómicos dotados con un presupuesto amplio para lograr la incorporación plena de este colectivo a la sociedad de acogida.

2.2. El colectivo marroquí

A comienzos de los noventa el colectivo de marroquíes era de unos 70.000 individuos, cifra que ha ido incrementándose hasta llegar en el 2008 a 582.923.²² El mejor nivel de desarrollo, la proximidad geográfica y la búsqueda de un futuro mejor, han actuado como factores disuasorios para miles de marroquíes que cruzan el Estrecho cada año.

La movilidad humana entre las dos orillas es un fenómeno que se remonta muy atrás en la histo-

21. FÉRRIZ, M., y RIDAO, S., «Estudio discursivo de la inmigración en los debates españoles del Estado de la Nación de 2003 y 2005», en *Discurso y Sociedad*, vol. 2 (4), pp. 716-745, 2008.

22. Cifras de nacionalidades predominantes en España, INE, *España en cifras 2008*, Madrid, 2008. LÓPEZ GARCÍA, B., y BERRIANE, M. (coord.), *Atlas 2004 de la inmigración marroquí en España*, Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Observatorio Permanente de la Inmigración, UAM, Madrid, 2005.

ria. Dentro de este flujo y reflujo destacan ciertos episodios, como la conquista árabe, la reconquista, la Inquisición y la etapa del protectorado, y entre estos acontecimientos se ha desarrollado cierta hostilidad, consecuencia de las guerras y tensiones con este vecino meridional desde la guerra de Tetuán de 1859 hasta el conflicto de Perejil en 2002.²³ En nuestra historia reciente podemos fechar 1973 como el del año de la llegada de marroquíes ante el cierre de fronteras de la Comunidad Económica Europea con motivo de la crisis del petróleo derivada de uno de los enfrentamientos arabo-israelíes.

Las razones del interés por España como país de destino son variadas y van desde un componente de tipo económico –la diferencia del nivel de desarrollo de ambos países y el problema del alto desempleo en Marruecos– hasta otro de tipo emocional centrado en la idea de la prosperidad que supuestamente pueden alcanzar en un país en la avanzadilla sur de Europa. Asimismo, existen otros agentes que fomentan esa fuerte tendencia a emigrar, como la existencia de una demanda de trabajo procedente principalmente de la economía sumergida, que responde a las necesidades de un mercado caracterizado por unos empleos precarios y/o socialmente indeseables. Igualmente, factores de orden geográfico (la proximidad de España separada sólo por 14 kilómetros) y, por último, no podemos olvidar la política del reinado de Marruecos, que favorece la salida de sus ciudadanos para que aporten divisas a la economía nacional.²⁴

Respecto de los países de su entorno europeo, España presenta la peculiaridad de contar con un pasado en el que la historia islámica ha pesado directamente, aunque no hayamos contado entre nosotros a un número elevado de musulmanes. El Islam ha carecido de un substrato humano desde la expulsión de los moriscos de 1609

y la prohibición subsecuente de su práctica en nuestro país. Esto es especialmente singular si tenemos en cuenta que Marruecos ha sido «protectorado español» hasta 1956, año en que el gobierno de la época concedió la independencia a Marruecos y posteriormente a Guinea, Ifni y las provincias de Río de Oro (Sahara). Durante el régimen franquista una de las principales líneas en política exterior fue las relaciones con el mundo árabe, a pesar de lo cual, no encontramos un marco de cooperación sólido y diseñado para cubrir facetas más allá de la política y de los intereses gubernamentales. España no actuó como un foco de atracción para los marroquíes de la zona del protectorado como consecuencia, entre otras circunstancias, de la industrialización débil y tardía y la ralentizada economía. En el siglo xx el predominio del catolicismo, que tuvo su momento clave en el franquismo, retrasó la aparición de un Islam español, aunque no impidió que, a través de las nacionalizaciones de súbditos de países arabo-islámicos, se desarrollara cierta y lentamente una minoría religiosa sin estatuto ni organizaciones. Estudiantes árabes acabarán nacionalizándose y serán la primera de las tres fuentes que nutren el Islam español: la de los musulmanes nacionalizados, entre los cuales cabe destacar los residentes en Ceuta y Melilla, con características propias, pues la mayoría ha nacido en las ciudades aunque no ha recibido la nacionalidad española hasta algún tiempo después. La segunda fuente es la de los nacionales convertidos, de cifras imprecisas –entre cinco mil y diez mil personas, sobre todo Córdoba, Granada y Sevilla–, integrados en organizaciones de carácter religioso muy activas. La tercera y última fuente son las emigraciones recientes. Unas cifras modestas frente a los casi diez millones de ese Islam europeo venido con la inmigración desde el Magreb hasta Bosnia Herzegovina,

23. JIMÉNEZ AYBAR, I., *El Islam en España: aspectos institucionales de su estatuto jurídico*, Pamplona, Navarra Gráfica Ediciones, 2004.

24. ROQUERO GARCÍA, E., «Las remesas de los inmigrantes en España: factores y estrategias», en *Política y Sociedad*, n.º 2, pp. 131-149, 2008.

asentados especialmente en Francia, Alemania o Gran Bretaña²⁵.

A nivel bilateral, los acuerdos entre España y Marruecos relativos a inmigración datan de 1979 y abordan cuestiones como la seguridad social, permisos de residencia y trabajo, empleo o repatriación asistida de menores acompañados.²⁶ El momento fuerte llegó con la promulgación de la Ley de Extranjería en 1985 y la regularización que trajo consigo, coincidiendo con el ingreso de España en la Unión Europea. A finales de esa década, no obstante, sólo era una preocupación de las ONG dedicadas al desarrollo que empezaban a llamar la atención sobre una importante bolsa de inmigrantes clandestinos que deambulaban sin documentación legal y sin objetivos profesionales. La oportunidad para la legalización de los indocumentados llegó al implantarse el visado de entrada para los ciudadanos del Magreb en mayo de 1991, en vísperas de la entrada de España en el espacio europeo Schengen. En aquel momento fueron regularizados alrededor de 49.089 marroquíes, sumando un 44,6% del total de las concesiones de permisos de residencia, configurándose como la más importante de las colonias extranjeras, papel que hasta esos momentos había correspondido a los británicos. La colectividad marroquí se encontraba muy irregularmente distribuida por el territorio nacional: Andalucía (especialmente Almería y la Costa del Sol), Cataluña, Madrid y Murcia, pero apenas era visible en el resto del territorio. En la actualidad la distribución no ha variado, siendo su principal lugar de trabajo y residencia Andalucía, Madrid, Barcelona y el Levante.

En 1992 tuvieron lugar dos acontecimientos que hicieron cambiar la situación. Uno fue el co-

mienzo de la llegada de unas embarcaciones pequeñas y muy endeble denominadas «pateras» que servían de medio de transporte a la Península. La prensa se hizo eco de ello, especialmente porque se convirtió en un medio más y especialmente mortífero para la inmigración ilegal. El segundo acontecimiento fue la firma, el 28 de abril tras el reconocimiento del Islam como religión de notorio arraigo, del Acuerdo de Cooperación del Estado español con la Comisión Islámica de España. Este acuerdo reconocía el derecho a la libertad religiosa, el reconocimiento de las fiestas musulmanas, la interrupción del trabajo los viernes para el rezo o el respeto al cumplimiento del Ramadán. En muchas ciudades se han construido mezquitas y lugares de encuentro donde poder practicar sus ritos religiosos. Con la constitución de la Fundación Pluralismo y Convivencia en el seno del Ministerio de Justicia se ampliaron las prerrogativas de los musulmanes y se dotó de subvenciones a estas minorías religiosas que han servido para apoyar en el plano educativo e informativo a la comunidad islámica.²⁷

La tensión con Marruecos a raíz de la no renovación del convenio pesquero con la UE en marzo de 2001, contribuyó a la idea de que había que seleccionar el perfil de los inmigrantes. En el contingente de ese año ni uno solo de los permisos concedidos a extranjeros fue para un marroquí. A partir de entonces, se inició una espiral de tensión cuyo punto álgido fue la retirada del embajador en Madrid prolongada hasta enero del año 2003. Marruecos, así, perdió la oportunidad de poner en marcha el convenio de inmigración, mientras otros países como Ecuador se convirtieron en el principal foco proveedor de trabajadores.

25. VILAR, J. B., y otros (eds.), «Las relaciones de España con el Magreb. Siglos XIX y XX», *Anales de Historia contemporánea*, monográfico, n.º 23, Universidad de Murcia, 2007.

26. KHACHANI, M., «La emigración marroquí en España», en *Pliegos cívicos. El drama de la frontera sur de Europa en Internet*, dirección web: <http://www.pliegosdeopinion.net/pdo11/11pliegoscivicos/drama.htm>.

27. La Fundación fue creada por acuerdo de Consejo de Ministros de 15 de diciembre de 2004. Véase JIMÉNEZ MARTÍN, D., «Las comunidades musulmanas en España y su relación con el Estado», en *Anales de Historia Contemporánea*, 24, pp. 105-119, 2008.

Los sectores de actividad que contratan a marroquíes son: la agricultura (37%); los servicios (35%); la construcción (15,5%) y la industria (8%). Por lo general, se trata de empleos que apenas requieren cualificación, tienen carácter temporal (agricultura y turismo), con fuerte dependencia de la coyuntura económica (construcción) o que no ofrecen garantías jurídicas y laborales (servicio doméstico). Con motivo de la regularización del mercado laboral se produjo la llegada de mujeres cuyo objetivo primordial consistió en la reunificación familiar. Estas mujeres se incorporaron también al mundo laboral, principalmente en los servicios domésticos (67%) como resultado del auge económico de la clase media a partir de los años ochenta-noventa y la masiva incorporación de la mujer española al mercado de trabajo. La comunidad marroquí, sin embargo, ha sufrido una alta tasa de paro. En diciembre del año 2002, el número de solicitantes de empleo de esta nacionalidad (32.448) superaba la cifra total de ciudadanos comunitarios parados (25.359) y se acercaba al registrado en el conjunto de los países iberoamericanos (37.580), hecho que suponía un gran obstáculo para la integración, a pesar de ser uno de las más antiguos en España. En cuanto al resto de las condiciones de vida, como educación, vivienda o salud, son bastante precarias para estos inmigrantes, configurados como uno de los más pobres y marginados de la población extranjera.

2.3. El caso de los ecuatorianos

España es un destino lógico para los emigrantes ecuatorianos, dadas las facilidades que supone el conocimiento del idioma. El auge económico registrado en los últimos años del siglo XX permitió a muchos jornaleros agrícolas españoles acceder a otros sectores económicos, cuya con-

secuencia fue que los trabajos que dejaban, fueran ocupados por ecuatorianos. Tanto las labores del campo como las de servicio doméstico se absorbieron cada vez más por inmigrantes del norte de África, Iberoamérica y Asia, muchos de los cuales habían obtenido permisos de trabajo de corto plazo. La corriente migratoria ecuatoriana fue liderada por mujeres, patrón de migración que refleja el aumento en la demanda para ocupaciones donde aquéllas dominan: servicio doméstico, limpieza, cuidado de niños y ancianos. Ellas emigraron a partir de una variedad de situaciones personales, pero la mayoría eran solteras o se desplazaban sin sus esposos y desde sus lugares de residencia enviaban parte de sus salarios para el mantenimiento de los núcleos familiares que incluían no sólo al cónyuge, sino a padres y otros parientes.

La creciente migración de ecuatorianos llevó a los gobiernos a negociar un Convenio sobre Flujos Migratorios, tendente a regularizar, ordenar y sistematizar la migración hacia España. El Acuerdo entre la República del Ecuador y el Reino de España relativo a la Regulación y Ordenación de los Flujos Laborales, fue firmado en Madrid el 29 de mayo de 2001. Sus objetivos eran legalizar su llegada, coordinar los flujos migratorios entre ambos Estados, conseguir el reconocimiento de derechos laborales y sociales, propiciar la diversidad cultural y concretar la necesidad de respetar los derechos, obligaciones y garantías jurídicas y sociales, presentes en las respectivas legislaciones nacionales y en los convenios internacionales.

El Acuerdo bilateral contemplaba el establecimiento en Quito de una oficina para las labores de la Comisión de Selección de trabajadores con el que se pretendía asignar contratos y visas de trabajo y así viajar en condiciones reglamentarias.²⁸ Sin embargo, hay muchos en condiciones irregulares que consiguen atravesar el Atlántico

28. MORALES SUÁREZ, A., «Los cambios en los flujos migratorios y sus impactos políticos, económicos, sociales, culturales y jurídicos», en *Informes SELA*, Madrid, 2002.

e instalarse en España alegando su calidad de turistas por periodos inferiores a noventa días y que no disponen de contrato de trabajo registrado.

En la actualidad viven en el territorio nacional alrededor de 427.099 ciudadanos ecuatorianos²⁹. Los empleos en el servicio doméstico –principalmente– y en la agricultura –de forma más moderada– se configuran como «puertas de entrada» circunstancial para una parte importante de la mano de obra. Ambos son los primeros en la demanda laboral de una población con una baja cualificación profesional, pero no son los empleos en los que permanecen por largo tiempo. De una cantidad inicial de 18.700 empleados en el servicio doméstico, 11.200 mujeres y 1.800 hombres lo abandonaron pasados unos meses. De los 14.700 ocupados en la agricultura, aproximadamente unos 5.300 hombres y 1.350 mujeres dirigieron sus esfuerzos productivos hacia otros sectores. Por lo demás, el servicio doméstico sigue siendo el que ocupa más a las mujeres y la agricultura a los hombres. En cuanto a las provincias que les resultan más atractivas son Madrid, Barcelona y Valencia (por encima del 90%). El mayor porcentaje de salidas hacia otros lugares se registra en Almería, de donde parten para reubicarse en otras provincias especialmente Murcia, Madrid, Barcelona, Valencia y Alicante.

Un rasgo interesante acerca de este colectivo es que logran encajar dentro de una economía que continúa demandando mano de obra de bajos salarios y baja cualificación. Otro rasgo importante es que provienen de una gran variedad de situaciones y posiciones económicas, así como de grupos étnicos que van desde trabajadores pobres de zonas rurales y urbanas, a quiteños relativamente acomodados, poblaciones indígenas, mestizas o blancas. Entre ellos se pueden encontrar a aquellos que no podían cubrir sus gastos diarios o a gente de clase media

y media alta cuyo bienestar económico cayó considerablemente como resultado de la mala situación económica de su país. Algunas ecuatorianas que trabajan actualmente en el servicio doméstico, hace algunos años contrataban domésticas en el Ecuador.

A pesar de los Acuerdos firmados entre ambos Estados, la mayoría llega sin permiso de trabajo e inmediatamente entablan contactos para buscar una ocupación o alguien que pueda hacerles una oferta laboral con contrato y así legalizar su estatus. Poco a poco van diversificando su actividad laboral hacia el pequeño comercio y empresas de reciente creación surgidas por la demanda de este grupo, como los locutorios telefónicos o las empresas de mensajería.

2.4. La inmigración china

La importante presencia en España de inmigrantes chinos no ha impedido que sea una de las más desconocidas y una de las menos integradas, a pesar de su larga historia entre nosotros. En general prefieren vivir dentro de los límites de las comunidades que ellos mismos forman en el lugar de destino.

El aumento de la población procedente de la República Popular China (RPCh) en los últimos diez años constituye un fenómeno sin precedentes. Las sucesivas medidas lanzadas por el Gobierno chino desde 1978 fueron facilitando el relajamiento de los controles en la movilidad al exterior de la población, al tiempo que varios países europeos aparecieron, en razón de sus cambios económicos y políticos internos, como nuevos destinos para esta emigración. La constatación de que cada uno o dos años se formaliza una amnistía de inmigrantes irregulares en algún país europeo, les ha ido conduciendo a países específicos en busca de la tramitación de sus derechos de residencia. Es preciso incluir aquí el caso de España, país que ha em-

29. Según datos de Cifras de nacionalidades predominantes en España, INE, *España en cifras 2008*, Madrid, 2008.

prendido varios procesos de regularización desde finales de los años ochenta.³⁰

En un periodo de diez años el volumen de la población regular china se sextuplicó, pasando de 6.482 personas en 1991 a 36.143 en 2001 y el volumen total para el año 2008 se estima en 106.652 personas.³¹ Si en un principio preferían Madrid como lugar de residencia, desde 1995 la tendencia se cambió hacia el asentamiento en Cataluña y se dispersó, aunque en menor número, por el litoral mediterráneo. El motivo de esta distribución geográfica se debe a que la mayor parte trabaja en la restauración y el pequeño comercio, eje en torno al cual gira la economía de gran número de familias. Con el aumento de su número, se han visto en la necesidad de practicar la dispersión para evitar la competencia y la saturación de sus negocios, así como a la diversificación de las actividades económicas hacia la confección o establecimientos comerciales de diferente carácter. Este colectivo forma parte significativa de la tasa de trabajo autónomo por su tendencia a ser propietarios de empresas de carácter familiar.³²

La gran mayoría de los inmigrantes proceden de las regiones rurales vecinas de Qingtian y Wenzhou, en la provincia de Zhejiang, convertidas en zonas típicas de la emigración internacional que cuentan con grandes remesas de dinero y con emigrantes de gran éxito económico en toda Europa Occidental. En España los acontecimientos políticos condujeron a la recepción de personas originarias de Taiwán desde el establecimiento de relaciones diplomáticas entre la República China de

Taiwán y España en 1953, lo cual supuso la llegada de jóvenes universitarios que acabarían asentándose abriendo pequeños y medianos negocios. Tienen también importancia los que proceden de Shanghái y Pekín.

Los inmigrantes chinos suelen ser jóvenes, en su mayoría varones, aunque va aumentando el número de mujeres y los grupos de edad menores de 16 años. Un rasgo importante es la movilidad del grupo familiar como unidad básica, cuya consecuencia es que el país de acogida debe atender a un conjunto de servicios como escuelas o atención sanitaria, ambos necesarios para atender a un colectivo de gran amplitud de edad. La familia, de hecho, es la unidad de producción y de consumo que maximiza los recursos humanos y materiales de que dispone para lograr una autonomía económica que resulta ser la clave del éxito de la migración china en el mundo. El modelo que siguen para emigrar es, en primer lugar el varón al que siguen para la reunificación familiar la mujer, otros familiares en edad laboral y los pequeños menores de 16 años. En este sentido, las mujeres desempeñan un papel fundamental: se incorporan al mercado laboral de la sociedad que los acoge y el porcentaje de empresarias es el mayor de todas las extranjeras con permiso de trabajo.

Una característica importante de la consolidación de esta colectividad es la fundación de asociaciones que reúnen a los inmigrantes para cumplir con determinados objetivos.³³ Entre los tipos de asociaciones se distinguen entre aquellas de tipo gremial –restaurantes, comerciantes, etc.– las

30. Para el caso de la inmigración china véase el monográfico titulado «Migraciones y Relaciones Internacionales entre Asia y España: una perspectiva general», Revista *CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 68, 2005.

31. Cifras de nacionalidades predominantes, INE., *España en cifras 2008*, Madrid, 2008. Igualmente datos de INE, *Anuario de Migraciones*, 2004.

32. SÁIZ LÓPEZ, A., «La migración china en España. Características generales», en Revista *CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 68, 2005, p. 151-163. Asimismo, BELTRÁN ANTOLÍN, J., «La empresa familiar. Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino», en *OFRIM. Suplementos*, n.º 6, 2004, p. 129-153.

33. Vease, BELTRÁN ANTOLÍN, J., «Diáspora y comunidades asiáticas en España», *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, vol 7, 2003, n.º 134. La Asociación de Chinos en España se creó en 1984 siendo una de las más antiguas entre las asociaciones de inmigrantes existentes en nuestro país. A partir de 2000 la Asociación de chinos en España ha sido incluida como miembro del Foro Regional para la Inmigración de la Comunidad de Madrid. Uno de sus representantes participa en sus reuniones en la Comisión de Educación y Cultura.

que agrupan a habitantes del mismo lugar de origen –Shanghái o Pekín–; las de carácter cultural o artístico y otras de objetivos variados como las de mujeres, de relaciones hispano-chinas, etc. Generalmente tienden a compartir experiencias a través de encuentros frecuentes que les proporcionan apoyos políticos y financieros, así como contactos para negocios o redes sociales, promoción de su gastronomía o de su cultura. En realidad, funcionan a modo de una estructura organizativa jerarquizada que proporciona al colectivo inmigrante una especie de autogobierno que les orienta y controla en sus lugares de destino.

El desconocimiento de los autóctonos hacia la inmigración china en nuestro país está asentado en diferentes factores, como su particular organización en la que el trabajo y el ocio transcurren dentro de la comunidad, los problemas derivados de la incompreensión de su lengua y su cultura, o una escasa demanda y concurrencia a las instituciones públicas, a excepción de los centros educativos y la gestión de trámites legales. En los centros sanitarios es llamativa la ausencia de esta población a pesar de que un gran porcentaje cotiza a la Seguridad Social y posee tarjeta sanitaria. Frente a indicadores que revelan que los inmigrantes chinos reclaman muy poca asistencia del Estado, las asociaciones argumentan que se debe a que cuentan con unas sólidas bases de apoyo y cuidado intragrupal, en consonancia con la idiosincrasia de su pueblo y también con una tendencia a expresar el orgullo cultural chino.

Una de las asociaciones, CEIICHES (Comité para la Educación e Integración de los Inmigrantes Chinos en España), planteaba que el proceso de integración social incumbía a dos partes con responsabilidades compartidas: de un lado estaban los inmigrantes y de otra los autóctonos que debían acostumbrarse a convivir con una minoría a la que era preciso darle tiempo para integrarse de una manera óptima. De las acciones que corres-

pondía realizar a los inmigrantes chinos, esta organización proponía gestos como el de estudiar la lengua española o las costumbres. Y es que con los chinos existe, no sólo la barrera del idioma, sino desconfianza hacia sus formas de vida y sus acciones.

2.5. La inmigración reciente de los europeos centro orientales

Como hemos mencionado al principio, el sistema migratorio europeo ha sufrido transformaciones a lo largo del último siglo con motivo de acontecimientos políticos de importancia transnacional. Una de las que más ha afectado a Europa ha sido la relacionada con el colapso de la URSS y el llamado «Telón de Acero» en 1989. La liberación de las fronteras y la situación socio económica influyó en la movilidad de los centro-orientales hacia lugares relativamente próximos dentro de la geografía continental. Después de 1989 la migración en las repúblicas que antaño se hallaban bajo la órbita soviética es libre y presenta una rica variedad de movimientos relacionados con su origen en el pasado comunista, la nueva situación geopolítica de la región o motivaciones meramente económicas.³⁴ Este fenómeno ha coincidido con el paso de una España de emigrantes a una España de inmigrantes, consecuencia de su incorporación a la Unión Europea y al crecimiento económico experimentado en las últimas décadas del siglo xx. Ambas situaciones, que transcurren paralelas, han provocado la llegada de emigrantes de Europa del Este a distintas provincias en un volumen no conocido con anterioridad.

Un punto de inflexión fundamental, además del ya citado de 1989, fue la incorporación a la UE en el año 2004 de la mayor parte de Europa Central y Oriental, a excepción de Bulgaria y Rumanía. Si hasta entonces podían entrar en Occidente sola-

34. OKÓLSKI, M., «Europa en movimiento. La migración desde y hacia Europa Central y del Este», en PINYOL JIMÉNEZ, G. (coord.), «Migraciones y redes transnacionales. Comunidades inmigradas de Europa Central y del Este en España», en *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 84, 2008, Fundació Cidob, págs.11-32.

mente como turistas, después de esta fecha vieron la posibilidad de establecerse en este mercado de trabajo que había abierto plenamente sus puertas. En un principio la mayor afluencia se produjo en Gran Bretaña, Irlanda, Suecia, Italia, Noruega, Países Bajos, Dinamarca e Islandia. El principal país de procedencia fue Polonia, inmersa en una tradición migratoria que se remonta al siglo XIX.

Las estadísticas de 1992 destacaban la presencia en España de polacos (3167), seguidos, aunque a distancia, por rumanos y búlgaros (664 y 641 respectivamente). Cinco años más tarde –1997– el número de europeos del Este con permiso de residencia hacían un total del 2,77% del total de la población extranjera, siendo el colectivo polaco el mayoritario, con un aumento significativo de las otras dos nacionalidades, búlgaros y rumanos.³⁵ El volumen de los que llegaban siguió aumentando y en el quinquenio 1997-2003 el número se multiplicó como consecuencia del incremento de la llegada de rumanos, búlgaros y ucranianos. A partir de entonces el grupo polaco dejó de ser el mayoritario y su número ha ido descendiendo para dar paso al importante colectivo de rumanos, que en el año 2008 constituían un 11,70% de los extranjeros residentes en España (527.019), posicionándose como la segunda nacionalidad predominante. Igualmente se ha registrado un aumento de los búlgaros que, con 122.057 personas en diciembre de 2008, conformaban el 2,7% de los inmigrantes. Con el paso del tiempo han llegado de otros países del antiguo bloque comunista como rusos, moldavos y lituanos, aunque no superan al colectivo marroquí e iberoamericano.³⁶

Los inmigrantes de la antigua Europa comunista son en su mayoría jóvenes que vienen a mejorar

su calidad de vida y la de la familia de sus lugares de origen. Los polacos conforman un perfil de inmigrante que responde a ofertas específicas del mercado y que, a pesar de que su alto nivel académico, aceptan empleos por debajo de sus cualificaciones. Su acceso al mercado laboral se produce de acuerdo con las regulaciones relativas al libre movimiento de mano de obra en la UE y muchos de ellos sólo permanecen en España durante el tiempo que les dura el contrato, es decir, suele ser un grupo inmigrante con retorno a medio plazo. El sector laboral en el que realizan su actividad económica es, fundamentalmente, la construcción y el servicio doméstico y desarrollan una gran capacidad de adaptación por las habilidades que poseen para aprender el idioma.

Las difíciles condiciones económicas de Rumanía y Bulgaria han sido la causa del aumento de la salida de sus ciudadanos, a pesar de las medidas adoptadas para la integración de ambos Estados en la Unión Europea en el año 2007 y de las ayudas económicas concedidas para la adaptación a la normativa comunitaria. El derecho a la libre circulación de trabajadores dentro de las fronteras de la Unión ha sido un factor determinante para que rumanos y búlgaros vean una oportunidad para trasladarse a los países que mejores condiciones económicas y sociales les ofrecen como residencia. Sin embargo, a la altura de 2007 muchos gobiernos decidieron acogerse a ciertas restricciones que les permitía la normativa europea puesto que se había implantado una línea de freno a la inmigración patrocinada por la ministra holandesa Rita Verdonk y el entonces ministro del Interior francés Nicolás Sarkozy. Las razones fundamentales residen en que se había

35. *Anuario Estadístico de Extranjería*, 1997. Ministerio del Interior.

36. HELLERMANN, CH., y STANEK, M., «Estudios sobre la inmigración de Europa Central y Oriental en España y Portugal. Tendencias actuales y propuestas», en *IV Congreso sobre la Inmigración en España. Ciudadanía y participación*, Gerona, 2004. FERRERO, R., «La otra Europa que viene: europeos del Este en España», en PINYOL JIMÉNEZ, G. (coord.) «Migraciones y redes transnacionales. Comunidades inmigradas de Europa Central y del Este en España», en *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 84, 2008, cit. p. 49-64. MANSOIR, y otros, *Migration and remittances. Eastern Europe and the Former Soviet Union*, World Bank, Washington, 2007. VV.AA., «¿Dónde está el fontanero polaco? Mito y realidad sobre el alud migratorio del Este», en *Informe Mensual de La Caixa*, Servicio de Estudios, octubre de 2006, Barcelona, p. 29 y ss.

creado una imagen en torno a búlgaros y rumanos en la que aparecían asociados al crimen organizado, a la corrupción, la explotación de niños o la mendicidad, hechos que venían siendo expresados en los sucesivos retrasos de la Comisión Europea para confirmar la adhesión a la UE. Políticos, periodistas y opinión pública se hicieron eco de estos estereotipos que, efectivamente, actuaron como factores de rechazo a estos nuevos grupos de inmigrantes.

Con la ampliación hacia el Este del 2004, España se situó a medio camino entre la posición más abierta de la libre circulación y la más restrictiva, que se inclinaba a la imposición de un periodo transitorio. En cambio, con la integración de Bulgaria y Rumanía en 2007, España decidió sumarse a la mayoría de los Estados Miembros, es decir, aplicó la restricción a la libre circulación, aunque con la promesa de retirarla al menor plazo posible. Esta decisión tiene que ver con la opinión de los sindicatos mayoritarios, posicionados a favor de las restricciones argumentando la existencia de una competencia desleal entre los trabajadores locales y los procedentes de estos dos países. Lo cierto es que muchos de ellos son irregulares que no cotizan a la Seguridad Social ni se acogen a convenios colectivos y los empresarios les contratan a bajos salarios. Y también está en relación con la política exterior del Gobierno socialista, en cuanto a que después del Gobierno de Aznar y la guerra de Irak, no desea quedarse fuera de ninguna de las decisiones que se toman en el ámbito europeo. Así pues, razones internas y externas han predominado en la decisión de imponer una moratoria aun-

que con el ofrecimiento de prescindir de ella en un corto plazo de tiempo.

Las consecuencias han sido que búlgaros y rumanos pueden residir y trabajar por cuenta propia, surgiendo un colectivo importante de «falsos autónomos», a los que habría que sumar los irregulares y aquellos que no pueden ser contratados por no tener derecho a trabajar por cuenta ajena. De este modo se han creado situaciones muy complejas que salen periódicamente en prensa informando sobre casos de contratación irregular, accidentes laborales..., mezclado con un factor fundamental en la actual situación jurídica: aunque sean trabajadores irregulares no pueden ser expulsados al ser ciudadanos comunitarios. Muchos abogan por eliminar las barreras jurídicas que han provocado lo que han intentado impedir, como la competencia desleal o el fraude fiscal o la promoción de mafias. Y, sobre todo, la idea permanente en la opinión pública de una percepción negativa de estos inmigrantes.

A finales de 2008 los ciudadanos de la Europa del Este con tarjeta de residencia conformaban un 25% de la población extranjera residente, siendo los grupos mayoritarios los rumanos, seguidos de lejos por los búlgaros, polacos, ucranianos y rusos. Cada cual tiene su propia idiosincrasia y han constituido estructuras organizativas, culturales, sociales y económicas muy dispares, atendiendo a su cultura, tradición y perfil educativo. Sobre ellos se ha forjado un prototipo en el que sobresale la idea del delincuente o mafioso, imagen que ha enturbiado un proceso de acomodación social que podría haber resultado relativamente sencillo.³⁷

37. FERRERO, T. FERRERO, R. «La otra Europa que viene: europeos del Este en España», en PINYOL JIMÉNEZ, G. (coord.) cit., pp. 60-61. En el dossier de la revista citada figuran varios artículos que aportan una información relevante sobre esta cuestión cuyos autores son: PAJARES ALONSO, M., «Comunidades inmigradas de la Europa del Este. El caso del colectivo rumano en España», en pp. 65-80. VIRUELA MARTINEZ, R., «Europeos del Este en el mercado de trabajo español. Un enfoque geográfico», en pp. 81-104. IBÁÑEZ ANGULO, M. «Procesos migratorios desde Europa Central y del Este en España. Estatus jurídico, identidad social e inserción laboral», en pp. 105-152. MARKOVA, E. «Trabajadores búlgaros en Madrid. Situación legal y actuación en el mercado de trabajo», pp. 153-180.

3. LA SITUACIÓN EN LOS PAÍSES DE ORIGEN

Son muchos los factores que provocan la decisión de abandonar el lugar de procedencia para dirigirse a otro nuevo, desconocido, alejado del núcleo familiar, aunque atractivo desde el punto de vista del beneficio económico y la repercusión positiva de ingresos para el desarrollo personal y colectivo. Es evidente que no existe una causalidad única entre un bajo Índice de Desarrollo Humano y la inmigración, sin embargo, las cifras anuncian que la llegada de inmigrantes de países de bajo desarrollo va aumentando y distanciándose cada vez más de los que tienen su origen en zonas desarrolladas.

Tabla F3. POSICIÓN EN EL IDH (ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO)*

PAÍS	1995	2000	2005
España	11	21	13
Argentina	36	34	38
Bulgaria	67	62	53
China	106	96	81
Colombia	53	68	75
Ecuador	73	93	89
Marruecos	125	123	126
Perú	86	82	87
Rumanía	74	63	60

*Índice de Desarrollo Humano, años 1996, 2001, 2006. *El Estado del mundo 2009*, Editorial Akal, Barcelona.

3.1. El Sur de América

3.1.1. La América Andina: Ecuador, Perú, Colombia

Ecuador es una república que se rige con un sistema de gobierno democrático de tipo presidencialista. El número de habitantes en el año 2007 era de unos 13 millones de personas.

La economía ecuatoriana ha experimentado en la última década un crecimiento promedio del 2,8%, aunque ha habido años de estancamiento e incluso otros de retroceso, como el sufrido en 1999 (-7%). En el sector agrícola, es un importante exportador de bananas y de flores cortadas así como el octavo productor mundial de cacao. Otros productos típicos son la caña de azúcar, el arroz, el algodón, el maíz y el café. Su riqueza maderera es relevante y comprende grandes extensiones de eucalipto, pinos y cedros.¹

El crecimiento que ha ido experimentando se debe a las inversiones realizadas en distintas áreas con los ingresos derivados del petróleo, pero la evolución desfavorable del precio del crudo puso de manifiesto la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana traduciéndose en una degradación del 8% de los términos del cambio. El petróleo representa el 40% de las exportaciones y contribuye a mantener una balanza comercial positiva. A principios de 2006, Ecuador negoció un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y desarrolló tra-

1. *El estado del Mundo*, 2008, Editorial Akal, Barcelona, 2008.

tados bilaterales con otros países, aunque su área de negocio se extiende de forma dominante a la Comunidad Andina de Naciones de la que es miembro así como a MERCOSUR.

La población es étnicamente muy dispar, con un grupo mayoritario de mestizos que representan más del 60% de la población. Además de ellos, los amerindios y los blancos, en gran parte son criollos, descendientes de colonos españoles y también de inmigrantes europeos recientes. Tras la crisis económica de 1999, aproximadamente unos dos millones abandonaron el país con diferentes destinos, aunque mayoritariamente emigraron a España, Italia y Estados Unidos. En el año 2003 el paro alcanzaba a un 9,3% de la población y el empleo informal suponía el 50%, a la vez que seis de cada diez ecuatorianos vivían en una pobreza extrema. Desde entonces, ha habido numerosos asesinatos y secuestros y la inseguridad se ha convertido en un problema nacional. Este perfil de economía inestable y poco reglada junto a los bajos salarios y la escasez de oferta de empleo ha provocado que muchos ecuatorianos no esperen al desarrollo nacional y se han desplazado fuera de sus fronteras en busca de una mejora de sus condiciones de vida.

En cuanto a Perú, está habitado por unos 27 millones de habitantes con una tasa de crecimiento del 1,2 % y un elevado carácter rural. La mayoría de la población vive de la explotación y exportación de los recursos naturales o de la agricultura. Perú se sitúa como el primer productor mundial de harina de pescado y se encuentra entre los primeros puestos de la producción mundial de espárragos, cobre, oro y lana de alpaca. La explotación de los recursos forestales como el cedro, roble y caoba aporta gran cantidad de ingresos. Sin embargo, el gran peligro de esta explotación es la *tala ilegal* de los mismos, así como la no reforestación. También es rica en recursos marinos –lenguado, bonito, jurel y anchoveta, de donde se obtiene la harina de pescado–.

El país se enfrenta a problemas políticos y sociales relativos a la necesidad de dinamizar la demanda interna y reducir el paro. El consumo interno no se ha elevado y la inversión privada ha ido descen-

diendo, teniendo como consecuencia el crecimiento negativo en varios años. Todavía registra actos de violencia protagonizados por organizaciones guerrilleras como Sendero Luminoso y Tupac Amaru. También ha habido manifestaciones violentas que han desembocado en la declaración del estado de sitio en Arequipa en el año 2002 por la oposición a la privatización de dos compañías de electricidad de propiedad belga. En la clase política ha habido varios escándalos relacionados con la corrupción y el nepotismo. Las clases medias se han ido empobreciendo y, junto a los indios y otras minorías, han engrosado los colectivos que han decidido salir de su estado estructural de pobreza trasladándose a otras regiones más prósperas.

Colombia, con 46.156.000 de personas, representa un caso singular. En 1999 la economía tuvo un año de crecimiento negativo, con lo que rompió un récord de crecimiento sostenido (aunque lento) hasta ese entonces en la región. Esta crisis tuvo sus causas en un retroceso del consumo privado, el incremento sostenido del déficit fiscal resultado de las nuevas obligaciones creadas por la Constitución de 1991, y un elevado déficit en cuenta corriente.

Dos de los principales productos colombianos, el café y el petróleo, afrontan un futuro incierto, en tanto que los ingresos provenientes de la producción cafetera se han visto afectados por los bajos precios internacionales y se estima que la producción de petróleo disminuirá como consecuencia del agotamiento gradual de los principales campos petroleros.

La diversidad étnica es el resultado de la mezcla de amerindios indígenas, españoles y esclavos africanos, lo que da lugar a una población de una amplia gama de mestizaje. Es el tercer país más poblado en América Latina, después de Brasil y México y cuenta con un movimiento de población rural hacia áreas urbanas muy significativo.

Colombia destaca por su largo historial en problemas de orden público relacionados con los cárteles de la droga que dificultan cierta estabilidad política y económica. Los colombianos han decidido emigrar a otros países, especialmente a Estados Unidos y Espa-

ña, aunque hay grupos significativos de colombianos en Venezuela, México, Italia, Chile y Canadá. Dada la situación sociopolítica proceden de todos los sectores sociales y regionales, aunque abundan los colombianos del interior y de algunos centros urbanos.

En la actualidad existen organizaciones de guerrilla de gran potencia como son las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia con unos 17.000 hombres) y el ELN (Ejército de Liberación Nacional de unos 5.000 combatientes) y también tiene grupos paramilitares que provocan una gran inestabilidad y generan inseguridad social y ciudadana de gran magnitud debido al gran número de secuestros y asesinatos que tienen lugar casi a diario. Tanto las organizaciones guerrilleras como las paramilitares forman parte del listado internacional de organizaciones terroristas. La lucha con-

tra la corrupción y el reforzamiento de la seguridad constituyen temas prioritarios para los gobiernos que acceden al poder. El cansancio de la sociedad civil ante la situación es evidente y es la primera víctima del conflicto que se mantiene a diario entre los cárteles de la droga y la violencia estructural presente en las calles desde hace décadas. El gobierno de Álvaro Uribe ha capturado a varios de los líderes más importantes de las organizaciones guerrilleras y parece que disminuye el número de secuestros y de atentados.

No obstante, la economía colombiana ha experimentado un ligero relanzamiento reflejado en la balanza comercial. Sin embargo, el elevado índice de desempleados –14% de la población activa en el año 2005–, el peso de la deuda pública y el déficit crean una situación socio económica muy inestable.

Tabla F4. BALANCE GENERAL DEL AÑO 2007*

INDICADOR	ECUADOR	PERÚ	COLOMBIA	ARGENTINA
Demografía				
Población (millar)	13.341	27.903	46.156	v
Densidad (hab./km)	47	21,7	87,4	14,2
Crecimiento anual (2005-2010) (%)	1,1	1,2	1,3	1
Índice de fecundidad (2005-2010)	2,58	2,51	2,22	2,25
Indicadores socioculturales				
Desarrollo humano (IDH)	0,772	0,773	0,791	0,869
Número de médicos (por mil habitantes)	1,48	1,17	1,35	3,01
Acceso a Internet (por mil habitantes)	115,4	273,7	262,02	235,5
Libros publicados (títulos)	1.050	1.942	6.351	13.148
Economía				
PIB total (PPA) (millón dólares)	98.788	219.015	319.522	523.739
Crecimiento anual (1996-2006) (%)	3,3	3,8	2,6	2,6
Crecimiento anual 2007 (%)	1,9	9	7	8,7
PIB por habitante (PPA) (dólares)	7.195	7.803	6.724	13.308
Índice de inflación (%)	2,2	1,8	5,5	2,4
Deuda externa total (millón de dólares)	16.536	28.174	39.698	122.190
Comercio exterior				
Importaciones (aduanas) (millón de dólares)	13.565	20.185	32.897	44.780
Exportaciones (aduanas) (millón de dólares)	13.751	27.956	29.360	55.933

*Datos extraídos de *El Estado del Mundo 2009*. Editorial Akal, Barcelona, 2008.

3.1.2. El cono sur: Argentina

Argentina es una democracia de tipo presidencialista. Su población actual es de 39,531.000.

El sector agropecuario es, tradicionalmente, uno de los puntales de su economía. Los principales cultivos son los cereales, en especial el trigo y el maíz, además de avena, cebada, centeno y el arroz, característicos de las grandes llanuras, junto con las plantas oleaginosas como la soja o el girasol. Dispone igualmente de caña de azúcar, tabaco, vid, olivo y frutales en los valles patagónicos. La cabaña ganadera la sitúa en los primeros puestos mundiales por su cantidad y cualidad, que le ha dado renombre internacional. La cría se extiende por todo el país, pero la mayor concentración de vacunos se produce en la región de la Pampa y la mayoría de ovinos se encuentran en el sur de esta región y en la Patagonia. Es notable la producción de leche, queso, manteca y lana.

El Gran Buenos Aires es el área industrial más importante, que monopoliza la mayor parte de la actividad fabril. Los principales sectores industriales son el siderometalúrgico, mecánico, textil, alimentario, químico, papel y cemento. El sector alimentario, en concreto, se ha desarrollado considerablemente en muchas provincias con una economía de carácter marcadamente agrícola-ganadero donde no existía una arraigada tradición industrial.

La economía de los últimos treinta años ha experimentado fases diferentes. En la década de los setenta las políticas neoliberales empezaron a tener consecuencias en la industria nacional ya que las empresas argentinas se veían obligadas a competir con productos extranjeros a bajos costos. Una pesada carga fue la deuda externa que llegó a los 40.000 millones de dólares a finales de 1983, década llamada «perdida» para el conjunto de los países iberoamericanos. Además, la crisis hiperinflacionaria de 1989 hizo que casi el 50% de la población pasara a ser pobre. En 1995, la economía

local se enfrentó al llamado *Efecto Tequila*, que disparó los índices macroeconómicos y sociales, llegando el desempleo a alcanzar la cifra histórica del 18%. La recesión fue un hecho a finales de los años noventa, que tuvo su fin en diciembre de 2001 con la peor crisis de la historia que se extenderá hasta finales de 2002. La fuga de capitales, la caída de la moneda (el peso) y la práctica del *corralito*—término que designa la imposibilidad de sacar dinero en efectivo de las cuentas bancarias más allá de una cantidad fijada por las autoridades—, agravó los problemas económicos y sociales de por sí bastante graves y profundos que proceden de tiempo atrás. A su vez la pobreza llegó a rozar al 60% de la población y el paro al 25% (niveles récord). La población argentina tenía una necesidad desesperada de ayuda y la movilización de la clase media fue muy intensa. Las actividades a nivel internacional se dirigieron a conseguir fondos a bajo crédito y a reactivar la economía con los países del G7 para que aporten ayuda y también con los de MERCOSUR.

Desde 2003, el país viene experimentando una fase de crecimiento económico con tasas del 9%, en parte por el sistema de sustitución de importaciones que hizo que la economía fuera más competitiva. El presidente A. Kichner adoptó medidas drásticas para salir del bache económico y social en el que estaba inmerso el país. En este sentido el PIB aumentó en el año 2003 y a partir de entonces el crecimiento ha seguido una marcha ascendente. Las exportaciones siguen siendo el principal factor de recuperación y la estrategia de sustitución de las importaciones se ha visto reflejada en un crecimiento importante de la industria. Sin embargo, el desempleo se mantiene muy alto y la excesiva presencia de la economía informal continúa deteriorando la cohesión social. La tasa de pobreza en el segundo semestre de 2005 representaba al 33,8% de la población y la de indigencia al 12,2%.² Todos estos factores son suficientes para explicar las salidas de los argentinos a zonas prósperas,

2. *El Estado del Mundo*, 2006, Editorial Akal, Barcelona, 2006.

donde poder hallar un empleo regular que les proporcionen ingresos mínimos para subsistir.

3.2. El Magreb: Marruecos

Marruecos es una monarquía constitucional de «derecho divino», cuyo rey Mohammed VI, en el trono desde julio de 1999, es el «Comendador de los creyentes». Mohammed VI inauguró su reinado como «el rey de los pobres» y asumió una imagen de monarca social, adoptando como una medida inmediata su boda y posterior paternidad para cumplir, así, la obligación de casarse que para el buen musulmán tiene una relación directa con el hecho de «completar su fe».

El país tiene problemas internacionales respecto a la situación del Sahara y la necesidad de hacer un referéndum sobre la autodeterminación del territorio. Adquirió un compromiso muy fuerte con respecto a la causa palestina que, en 2002, desembocó en la ruptura de sus relaciones diplomáticas con Israel. En relación a España ha tenido fuertes disputas por cuestiones relativas a la pesca y a la inmigración clandestina, suscitando en octubre de 2001 la llamada del embajador de Marruecos en Madrid. La tensión se incrementó en el verano del año siguiente cuando Rabat envió un grupo de militares al islote de Perejil, hecho que provocó la llegada de un contingente del ejército español para desalojarlo. Desde los atentados del 11 de septiembre Marruecos, junto a Arabia Saudita, se ha convertido en un territorio relacionado con el terrorismo, constatado este hecho por los atentados de Casablanca de 2003 y los de Madrid del 11 de marzo de 2004.

La mayor parte de la población vive de la agricultura y el pequeño comercio que reportan beneficios económicos bajos e inestables. Sus niveles de desempleo y de pobreza son muy altos, a pesar de que han avanzado notablemente las actividades de los sectores no agrícolas, como el turismo, que ha alcanzado cifras muy importantes para la economía marroquí.

La política migratoria parece responder a tres imperativos: mantener los flujos migratorios como

medio de regulación del mercado de trabajo; consolidar los vínculos humanos y culturales de los inmigrantes con el país de origen; y fomentar las transferencias de dinero, que constituyen el principal recurso en divisas. Se puede comprobar que, en relación con este último punto, las transferencias de dinero procedentes de España han ido en aumento.

La ley castiga con severidad el delito de tráfico de emigrantes. Se prevén multas y penas de prisión de diez a quince años para quienes organicen o faciliten dicho tráfico y la pena puede convertirse en cadena perpetua si este tráfico causa la muerte de las personas transportadas. De este modo, Marruecos inscribe su acción dentro de la estrategia que centra sus esfuerzos en la seguridad, cuando el fenómeno sólo puede ser controlado dentro de un planteamiento global encaminado a actuar sobre las causas que lo provocan, es decir, la promoción del empleo y la formación de sus habitantes.

Tabla F5. BALANCE GENERAL DEL AÑO 2007*

INDICADOR	MARRUECOS
Demografía	
Población (millar)	31.224
Densidad (hab. /km)	69,9
Crecimiento anual (2005-2010) (%)	1,2
Índice de fecundidad (2005-2010)	2,38
Indicadores socio culturales	
Desarrollo humano (IDH)	0,646
Número de médicos (por mil habitantes)	0,51
Acceso a Internet (por mil habitantes)	233,8
Libros publicados (títulos)	386
Economía	
PIB total (PPA) (millón dólares)	125.250

Continúa

Tabla F5. BALANCE GENERAL DEL AÑO 2007* (cont.)

INDICADOR	MARRUECOS
Crecimiento anual 1996-2006	4
Crecimiento anual 2007	2,2
PIB por habitante (PPA) (dólares)	4.076
Índice de inflación (%)	2
Deuda externa total (millón de dólares)	18.493
Comercio Exterior	
Importaciones (aduanas) (millón de dólares)	31.468
Exportaciones (aduanas) (millón de dólares)	14.646

* Datos extraídos de *El Estado del Mundo, 2009*, Editorial Akal, Barcelona, 2009.

3.3. Los países de la ampliación europea del año 2007: Bulgaria y Rumanía

Bulgaria ha sido uno de los países que más problemas económicos ha tenido para desligar su economía de la antigua URSS, lo que ha perjudicado a su relación con otros países de Europa Central. En la agricultura, dos terceras partes del suelo del país están dedicados al cultivo de cereales, fundamentalmente trigo, maíz, cebada, centeno y arroz. Los cultivos industriales del tabaco, el algodón y el girasol representan una parte importante de la producción agrícola.

En la industria destaca la siderurgia, las plantas de productos químicos y la producción textil. La ausencia de petróleo hace que su dependencia del exterior sea muy alta. Cuenta con yacimientos importantes de carbón y lignito que mantienen las anticuadas centrales térmicas y la siderurgia. El resto de la energía proviene en su mayor parte de la central nuclear de Kozloduj, construida en 1974 y considerada una de las más peligrosas del mundo. La deuda externa, unido al retraso en el proceso de privatización y modernización económica respecto a otros vecinos de la

zona, como Hungría, han retrasado su desarrollo. Igual problema presenta el alto nivel de corrupción y la pérdida de mano de obra cualificada.

La heterogeneidad y la inexperiencia de la nueva mayoría política han cargado de débitos las transformaciones económicas, más allá de ciertas medidas de choque como la reestructuración parcial de la deuda búlgara. Aunque se ha conservado la estabilidad de la macroeconomía, las inversiones extranjeras han caído, ha proseguido la reducción del sector industrial y se ha agudizado el déficit de los intercambios con el exterior. En un contexto de subida de precios de la energía, el nivel de vida se ha degradado mientras que aumentaba el paro. Los aumentos salariales se han visto mermados con las subidas de los precios de la electricidad y el agua, pero la aplicación de una política activa contra el desempleo ha permitido bajar las cifras del paro en los últimos años.

La incorporación en la UE en 2007 favoreció un programa de actuación en el que mejoró de manera notable la economía, las propias reinversiones de los empresarios búlgaros y las extranjeras, que han alcanzado cifras muy altas en los últimos años. Sin embargo, es un país pobre acostumbrado a ser gestionado por redes locales que impiden el desarrollo regular de la población activa. Estas circunstancias, junto al deseo de lograr una prosperidad rápida en el marco de la ciudadanía europea, han empujado a miles de búlgaros a la emigración.

En Rumanía, a partir de la caída del régimen comunista, el nuevo gobierno emprendió una serie de reformas para reconducir el sistema hacia la economía de mercado. La mala situación económica ha contribuido decisivamente a la emigración: se calcula que desde 1986 alrededor de un millón y medio de rumanos han abandonado su país con destino a Alemania, España o Italia. La agricultura representa el 15% del PIB y los cultivos ocupan el 40% de la superficie del país. El turismo es el servicio más importante por los atractivos naturales que suponen el mar Negro, el delta del Danubio y la cordillera de los Cárpatos, mientras que en Transilvania destaca su patrimonio cultural. En el sector industrial, que representa el 35% del PIB, destacan la siderurgia y la química,

pese a que en los últimos tiempos, las instalaciones construidas en época comunista han quedado anticuadas y se han cerrado o están en crisis. La población se concentra en las regiones más industrializadas de las tierras bajas y sólo un 55,2% de los rumanos vive en las ciudades, lo que representa una de las proporciones más bajas de Europa, sólo superada por varios de sus vecinos balcánicos y Moldavia.

Desde 2001 se percibe una cierta recuperación económica, pero las cifras de la balanza comercial y de pagos dan cifras alarmantes. Los salarios son muy bajos y los precios de los productos básicos para la subsistencia son altos. El Gobierno ha tenido que hacer frente a las desigualdades sociales incrementadas en los últimos años como fruto del crecimiento económico que sólo beneficia a una parte de la población, frente a la mayoría que permanece en una situación de pobreza estructural. El Parlamento Europeo hizo público en 2004 un informe muy crítico

sobre Rumanía en el que señalaba el retraso registrado en la reforma de la administración pública y de la justicia, la extensión de la corrupción por la política y la sociedad, los atentados contra la libertad de prensa y la violación de la moratoria contra la suspensión de las adopciones internacionales de menores. El escepticismo de la población con respecto a la capacidad de los gobernantes para mejorar su nivel de vida es creciente.

A partir de enero de 2002 se eliminó la obligación del visado para la entrada de rumanos en el espacio Schengen, circunstancia que, junto al ingreso en la UE en 2007, ha impulsado el abandono del territorio y el asentamiento en otras zonas europeas entre las que se encuentra España. Los últimos datos del Ministerio del Interior y del Ministerio de Trabajo indicaban el aumento de los inmigrantes de esta nacionalidad hasta superar en número al colectivo dominante tradicional, los marroquíes.

Tabla F6. BALANCE GENERAL, AÑO 2007*

INDICADOR	BULGARIA	RUMANIA
Demografía		
Población (millar)	7.639	21.438
Densidad (hab./km)	68,8	89,9
Crecimiento anual (2005-2010) (%)	-0,7	-0,4
Indicadores socio culturales		
Desarrollo humano (IDH)	0,824	0,813
Número de médicos (por mil habitantes)	-	1,92
Acceso a Internet (por mil habitantes)	523,6	559,8
Libros publicados (títulos)	5.000	7.874
Economía		
PIB total (PPA) (millón dólares)	86.317	245.540
Crecimiento anual (1996-2006) (%)	3,8	2,5
Crecimiento anual (2007) (%)	6,2	6
PIB por habitante (PPA) (dólares)	11.302	11.387
Índice de inflación (%)	7,6	4,8
Comercio exterior		
Importaciones (aduanas) (millón de dólares)	30.034	69.712
Exportaciones (aduanas) (millón de dólares)	18.450	40.257

* Datos extraídos de *El Estado del Mundo, 2009*. Editorial Akal, Barcelona, 2009.

3.4 El país más poblado del planeta: China

China es el país más poblado del mundo, con más de 1.300 millones de habitantes, y el cuarto más grande en cuanto a extensión territorial, tras Rusia, Canadá y Estados Unidos. Está gobernada por el Partido Comunista, que se encuentra en un proceso de transformación interna de grandes proporciones.

La reestructuración acelerada de los sectores de actividades estatales, que representan alrededor del 40% del paisaje industrial, ha dejado tiradas a millones de personas que se ven ahora excluidas de la mejora social y económica. El paro urbano ha aumentado hasta índices nunca vistos. Como consecuencia de ello se han producido huelgas y se ha acentuado la desigualdad social entre el empobrecido del mundo campesino, dando lugar al desarrollo de un nuevo mercado de trabajo, el «merca-

do a destajo» en el que se venden los marginados del crecimiento contrastando con la emergencia de una clase media dinámica.

En la actualidad está metida de lleno en el sistema internacional como lo demuestra la incorporación a la Organización Mundial del Comercio en el año 2001, que ha supuesto el desarrollo de empresas en el mercado mundial y el crecimiento de sectores industriales, especialmente el textil. Para realizar el proceso de modernización e inserción internacional la población está pagando un alto coste. La fractura entre la población rural y urbana es cada vez mayor, así como la existente entre la nueva clase media pudiente y los millones de parados en las ciudades (el 18% en el año 2005). El crecimiento económico depende en gran medida del consumo privado y de la demanda interior. Tiene déficit energético que la obliga a importar petróleo y a invertir en lo nuclear. Desde 2004 la Unión Europea es su principal socio comercial y al

Tabla F7. BALANCE GENERAL DEL AÑO 2007*

INDICADOR	CHINA
Demografía	
Población (millar)	1.328.630
Densidad (hab./km)	138,4
Crecimiento anual (2005-2010) (%)	0,6
Indicadores socio culturales	
Desarrollo humano (IDH)	0,777
Número de médicos (por mil habitantes)	1,51
Acceso a Internet (por mil habitantes)	158,1
Libros publicados (títulos)	110.283
Economía	
PIB total (PPA) (millón dólares)	6.991.036
Crecimiento anual (1996-2006)	9,2
PIB por habitante (PPA) (dólares)	5.292
Índice de inflación (%)	4,8
Comercio Exterior	
Importación (millón de dólares)	955.845
Exportación	1.217.939

* Datos extraídos de *El Estado del Mundo*, 2009. Editorial Akal, Barcelona, 2009.

año siguiente China se convirtió en la *sexta economía del mundo* tras superar a Italia. Con un crecimiento oficial del 9,2% anual, su economía está considerada como la de mayor crecimiento del planeta, manteniendo una tasa media superior al 8% desde la década de los ochenta.

Las facilidades del Gobierno para la inversión extranjera han llevado a la creación de zonas económicas especiales en la zona costera, convirtiendo al país en la mayor potencia manufacturera del mundo, sobre todo en el sector de la producción de electrodomésticos y textiles debido al bajo coste de la mano de obra. El proceso de apertura iniciado en la costa ha permitido a estas regiones un despegue económico vertiginoso con tasas medias de crecimiento superiores al 10%, alcanzando condiciones de desarrollo moderado similares a las existentes en países como Corea del Sur. Las zonas interiores, no obstante, han experimentado un

despegue económico paralelamente vertiginoso, aunque más moderado, con tasas de crecimiento en torno al 7%. Este despegue a dos marchas ha abierto una brecha entre la costa y el interior que apenas ha conseguido un nivel muy lejano al de los países occidentales y similar al de economías en vías de desarrollo como México o Turquía. Sin embargo, constituye una zona de intensa emigración cuyo destino es cualquier país del mundo en el que poder trabajar y estabilizar sus vidas junto a sus familias.

La competencia china en el mercado mundial es motivo de preocupación de los mercados occidentales, que no pueden competir con las condiciones salariales y de baja atención social que tiene el sistema laboral chino. Pretende constituirse en una potencia regional ineludible y ha ido dando pasos de acercamiento a Estados Unidos para fomentar su economía.

4. ENLACES DE INTERÉS

(consultados en enero-abril de 2009)

1. Ministerio de Trabajo e Inmigración, <http://www.mtas.es/>
2. Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, http://www.mtas.es/es/sec_emi/index.htm
3. Subsecretaría de Trabajo e Inmigración, <http://www.mtin.es/es/infgral/organi/OM6.html>
4. Gobierno de España, Vicepresidencia 1ª del Gobierno, Inmigrantes, <http://www.o6o.es/perfiles/inmigrantes/index-ides-idweb.jsp#>
5. Ministerio del Interior, actividades de capacitación e integración de inmigrantes, http://www.mir.es/PNAC/actividades_integracion/index.html
6. Foro para la Integración social de los Inmigrantes, <http://www.mtin.es/es/migraciones/Integracion/Foro/index.htm>
7. Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia, <http://www.oberaxe.es/>
8. Observatorio Permanente de la Inmigración, <http://extranjeros.mtas.es/es/ObservatorioPermanenteIntegracion/>
9. Integralocal, <http://www.integralocal.es/index.php?seccion=1>
10. Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), <http://www.cear.es/>
11. EACNUR, Comité Español de la Agencia de la ONU para los Refugiados, <http://www.eacnur.org/>, <http://www.arlac.be/>
12. Red de apoyo social al inmigrante, <http://www.rasinet.org/>
13. Inmigración y extranjería, <http://www.extranjeria.info/>
14. Junta de Andalucía, inmigración, http://www.juntadeandalucia.es/gobernacion/opencms/portal/PoliticMigratorias/ContenidosEspecificos/index_fairea?entrada=tematica&tematica=63
15. Foro Canario de Inmigración, http://www.gobcan.es/bienestarsocial/inm_detalle servicio.jsp?DS42.step=3&DS42.ID=5440
16. Gobierno de Castilla-La Mancha, Inmigración, <http://www.jccm.es/social/aintegracion/plan/tres.htm>
17. Consejería de Inmigración y Cooperación de la Comunidad de Madrid, <http://www.madridpedia.com/consejeria-de-inmigracion-y-cooperacion-de-la-comunidad-de-madrid>
18. Dirección de Inmigración del Departamento de Vivienda y Asuntos Sociales del Gobierno Vasco, <http://www.gizaetxe.ejgv.euskadi.net/>
19. Consellería de inmigración y ciudadanía de Valencia, <http://www.gva.es/jsp/portalgv.jsp?deliberate=true>

BIBLIOGRAFÍA

METODOLOGÍA

La muestra del análisis de contenido la han formado los siguientes medios:

Editados en Madrid:

- *elmundo.es*
- *ELPAÍS.com*
- *ABC.es*

Regionales y locales:

- *LAVANGUARDIA.es*
- *elPeriódico.com*
- *diariodesevilla.es*
- *ideal.es*
- *melillahoy.es*
- *laverdad.es*
- *SUR.es*
- *lasprovincias.es*
- *Canarias7.es*
- *levante-emv.com*
- *diariodecadiz.es*

Gratuitos:

- *Qué.es*
- *diariometro.es*
- *2ominutos.es*
- *ADN.es*

Se seleccionaron estos medios para constituir un corpus que fuera representativo de todas las zonas donde la población inmigrante es elevada.

La inclusión de los gratuitos se justifica porque son el recurso informativo más utilizado por este colectivo por su fácil acceso en el transporte público de las grandes ciudades. Dado que la población inmigrante es parte importante de sus lectores, se trataba de analizar su respuesta editorial ante la posibilidad de que hubieran desarrollado una especial sensibilidad para tratar el tema.

Ésta es una investigación que añade a la visión general del tratamiento de los contenidos, una particular centrada en el análisis de la información sobre la inmigración en España.

Lo general toma cuerpo y sentido en lo particular.

Para este análisis, básicamente cualitativo, los datos cuantitativos tienen el valor que les confiere la adecuada interpretación.

El análisis se ha acompañado de entrevistas personales a:

1. Periodistas de medios de información general: se han seleccionado cinco de los periódicos analizados: *El País*, *ABC*, *Metro*, *20Minutos*, *Canarias 7*, *ADN* e *Ideal de Granada*.
2. Directores de medios para Inmigrantes: *Latino*, *Raíz*, *Roman in Lume*, *Tumai*, *Sí se puede*, *Argipelag*, y programa *Con todos los acentos*, de TVE.
3. Representantes de Asociaciones:
 - Águila Blanca. Asociación de Polacos en España [ORZEEZ BIALY]
 - Asociación de Cooperación Bolivia España [ACOBEE]

- Comité para la Educación e Integración de los Inmigrantes Chinos en España [CEICHES]
 - Asociación Cultural Inti Raymi
 - Asociación de Trabajadores e Inmigrantes Marroquíes en España [ATIME]
 - Asociación Solidaria para la Integración Sociolaboral del Inmigrante [ASISI]
 - Asociación Socio-Cultural de Getafe «Al-Falah»
 - Asociación de Inmigrantes Búlgaros en España, BALCAN [AIBE-BALCAN]
 - Centro Cultural Islámico de Madrid
 - NEMA-CAFO «Juntarse por la Paz» [NEKA]
 - Asociación Ecuatoriana de Inmigrantes radicados en España (ECUATORIE)
 - Asociación Cultural de Ayuda e Integración al Pueblo Rumano
 - Federación de Asociaciones Rumanas de España (FEDROM)
4. Inmigrantes con voces independientes
 5. Se ha realizado un Grupo de Discusión

Para el Análisis de Contenido las variables y sub-variables fueron las siguientes:

RELEVANCIA

Se han analizado las tres primeras noticias de Portada.

Y el resto, sólo si versaba sobre inmigración.

GRÁFICOS

Fotografía

Tablas, gráficos, estadísticas, cuadros...

Infografía

Fotonoticia

TEMAS

Política (Nacional, Internacional, Autonómica y Local); Economía; Justicia; Sociedad: educación; Sociedad: religión; Sociedad: inmigración; Sociedad: sanidad; Sociedad: otros; Violencia de género; Mujer; Nuevas formas de familia; Terrorismo: nacional e internacional; Sucesos; Ciencia; Medio ambiente;

Cultura y espectáculos; Tecnología, sociedad de la información y comunicación; Deportes; Otros.

PROCEDENCIA DE LA INFORMACIÓN (quién marca la agenda del medio, de quién es la iniciativa de la cobertura del medio)

Noticias programadas: agenda de instituciones políticas (actos, convocatorias, actividad legislativa, partidos políticos...); Noticias programadas: instituciones no políticas, otras agendas al margen del medio; Noticias no programadas (por ej., catástrofes, sean súbitas o provocadas, atentados, notas de prensa, informes, estudios sociológicos...); Agenda propia del medio (grandes reportajes, entrevistas, investigación, exclusivas...); Volcado directo del periódico impreso; Agencias de Noticias; Otros medios de comunicación; No se deduce (cuando no se aprecia el origen de la información).

FUENTES

Institucionales:

Instituciones¹ políticas (gobiernos, organismos públicos, partidos políticos y sindicatos); Instituciones no políticas (empresas, centros educativos, asociaciones, ONG, Iglesia, Sanidad, etc.); Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado; Instituciones jurídicas.

No institucionales: toda voz que no se representa más que a sí misma.

Fuentes directas (personas que hablan en nombre propio, directamente, con el periodista); Agencias de noticias; Sin atribución expresa a fuente (cuando se utilizan expresiones como «fuentes cercanas a...»); Sin fuentes; Ruedas de prensa; Comunicados; Otros medios de comunicación; *Blogs*; Ciudadanos anónimos; Otros.

Género de la fuente: Hombre; Mujer, Sin Identificar.

PERSONAJES (protagonistas de primera o segunda fila de la noticia)

1. Se consideran fuentes institucionales aquellas que se expresan a través de un portavoz.

Políticos; Miembros de la carrera judicial; Universitarios, intelectuales, científicos y personajes vinculados...; Cultura, arte y espectáculos; Deportistas; Personajes de segunda fila; Ciudadanos (gente corriente, sin representación alguna; Terroristas; Delincuentes; Colectivos profesionales cuando se hace referencia a, por ejemplo, el Cuerpo Nacional de Policía, Protección civil, ONG, Sanidad; Sin protagonista, ni individual ni colectivo; Empresarios; Niños; Casa Real; Religiosos; Inmigrantes; Otros.

Género del personaje: Hombre; Mujer; Sin Identificar.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Información, Reportaje, Crónica, Perfil, Entrevista, Géneros de opinión, Otros.

ENLACES (siempre referidos a la unidad de análisis que se está codificando)

Enlaces documentales:

Actual (enlaces que lleven a noticias de hasta una semana); Archivo (de más de una semana de

antigüedad); Enlaces externos (de fuera del medio, es decir, de otros sitios web); Documentos de textos (PDF, word), Especiales, Editorial.

Enlaces multimedia:

Foto fija, Gráfico (infografía, dibujo, tablas, etc.), Vídeo, Gráfico en movimiento (infografía animada...), Audio, Otros.

Enlaces de interactividad:

Entrevista virtual con personaje relevante, *Chat* sincrónico, Foro, *Blog*, Encuesta, Votar la noticia, Reenviar la noticia o recomendarla, Servicios útiles (meteorología, cálculos de operaciones...), Otros.

SECCIONES (Se trata de indicar exactamente dónde ubica el medio la información).

Se analizaron 23 días repartidos entre marzo y julio de 2006

Hora de entrada: 12.00

RELACIÓN DE GRÁFICOS Y TABLAS

- Gráfico A1. Temas de las tres primeras noticias de portada
- Gráfico A2. Los temas por secciones
- Gráfico A3. Resultados globales. Tema de sociedad
- Gráfico A4. Los temas de la noticia de apertura R1
- Gráfico A5. Los temas de la noticia de apertura por medios
- Gráfico A6. Los temas de la noticia R2
- Gráfico A7. Los temas de la noticia R2 por medios
- Gráfico A8. Los temas de la noticia R3
- Gráfico A9. Los temas de la noticia R3 por medios
- Gráfico A10. Procedencia de las noticias de portada
- Gráfico A11. Procedencia de las noticias de portada por medios
- Gráfico A12. Fuentes de las noticias de portada
- Gráfico A13. Fuentes de las noticias de portada por medios
- Gráfico A14. Géneros periodísticos
- Gráfico A15. Personajes de las noticias
- Gráfico A16. Sexo de los personajes de las noticias
- Gráfico A17. Personajes y género periodístico de las noticias
- Gráfico A18. Género de las fuentes
- Gráfico B1. Procedencia de las noticias sobre inmigración
- Gráfico B2. Procedencia de las noticias de inmigración. Resultados por medios
- Gráfico B3. Distribución de las noticias de inmigración por secciones
- Gráfico B4. Personajes de las noticias sobre inmigración
- Gráfico B5. Género de los personajes
- Gráfico B6. Personajes y género de las noticias
- Gráfico B7. Fuentes de las noticias de noticias
- Gráfico B8. Fuentes de las noticias de inmigración por medios
- Gráfico B9. Fuentes de las noticias sobre inmigración en los medios
- Gráfico B10. Género de las fuentes
- Gráfico B11. Géneros periodísticos para los temas de inmigración
- Gráfico B12. Géneros para los temas de inmigración por medios
- Gráfico B13. Géneros. Inmigración
- Gráfico C1. Gráficos en portada
- Gráfico C2. Tipos de gráficos
- Gráfico C3. Personajes de las noticias con fotografía en portada
- Gráfico C4. Informaciones de portada con o sin enlace
- Gráfico C5. Informaciones y enlaces documentales
- Gráfico C6. Informaciones y enlaces multimedia
- Gráfico C7. Informaciones y enlaces interactivos
- Gráfico C8. Distribución de los tipos de enlaces en informaciones de portada
- Gráfico C9. Tipos de enlaces documentales
- Gráfico C10. Tipos de enlaces documentales por medios
- Gráfico C11. Tipos de enlaces multimedia
- Gráfico C12. Tipos de enlaces multimedia por medios
- Gráfico C13. Tipos de enlaces interactivos
- Gráfico C14. Tipos de enlaces interactivos por medios

- Gráfico C15. Informaciones por temas y enlaces por tipos
- Gráfico C16. Distribución de enlaces documentales por temas
- Gráfico C17. Distribución de enlaces documentales y subcategorías por temas
- Gráfico C18. Distribución de enlaces multimedia por temas
- Gráfico C19. Distribución de enlaces multimedia y subcategorías por temas
- Gráfico C20. Enlaces multimedia -video y foto fija- y personajes
- Gráfico C21. Distribución de enlaces interactivos por temas
- Gráfico C22. Distribución de enlaces interactivos por temas y subcategorías por temas
- Gráfico C23. Distribución del tipo de enlace según la procedencia
- Gráfico C24. Distribución del tipo de enlace según la fuente
- Gráfico D1. Gráficos en las noticias de inmigración
- Gráfico D2. Secciones de las noticias de inmigración con gráfico en portada
- Gráfico D3. Fotografías y personajes en las noticias de inmigración
- Gráfico D4. Distribución de enlaces interactivos por temas
- Gráfico D5. Distribución de los enlaces según su tipo en las noticias de inmigración
- Gráfico D6. Enlaces documentales en las noticias de inmigración
- Gráfico D7. Enlaces multimedia en las noticias de inmigración
- Gráfico D8. Enlaces interactivos en las noticias de inmigración
- Gráfico D9. Número de enlaces de cada tipo en las noticias de inmigración
- Gráfico D10. Tipos de enlaces documentales en las noticias de inmigración
- Gráfico D11. Enlaces que aparecen en las noticias de inmigración según su sección
- Gráfico D12. Enlaces multimedia en las noticias de inmigración
- Gráfico D13. Secciones y enlaces multimedia de las noticias de inmigración
- Gráfico D14. Personajes en noticias de inmigración con videos/ fotografías.
- Gráfico D15. Tipos de enlaces interactivos de las noticias de inmigración
- Gráfico D16. Secciones y enlaces interactivos de las noticias de inmigración
- Gráfico D17. Procedencia y enlace en las noticias de inmigración
- Gráfico D18. Distribución del tipo de enlace / fuente
- Gráficos E1, E2, E3 y E3B. Algunos de los medios de comunicación escritos para inmigrantes en España reflejados en el Estudio de Medios para Inmigrantes 2008 (EMI)
- Gráficos E4, E5. Penetración de los medios en general y de los semanales según EMI 08
- Gráficos E6, E7. Lectores de los mensuales y de los gratuitos generalistas según EMI 08
- Gráficos E8. Lectores de los diarios generalistas y de pago según EMI 08
- Gráficos E9, E10. Audiencias de cine, radio, televisión y usuarios de telefonía y de Internet según EMI 08
- Gráficos E11, E12, E13. Consumo de medios en origen, tiempo dedicado a cada medio y consumo de televisión. (Estudio Fundación Telefónica)
- Gráfico E14. Consumo de Internet entre los inmigrantes (Estudio Fundación Telefónica)
- Gráfico E15. Consumo mediático de los inmigrantes (latinoamericanos) en España. Estudio FT 2006
- Gráficos E16, E17. Fines para utilizar Internet y medios de acceso
- Tabla C1. Número de noticias y de enlaces según tipo en los temas
- Tabla D1. Temas de las noticias de inmigración con gráfico en portada
- Tabla D2. Fotografías y personajes en las noticias de inmigración
- Tabla F1. Nacionalidades predominantes en España, 2007
- Tabla F2. Población extranjera distribuida por Comunidades Autónomas en 2007

Tabla F3. Posición en el IDH (Índice de Desarrollo Humano)

Tabla F4. Balance general del año 2007

Tabla F5. Balance general del año 2007

Tabla F6. Balance general, año 2007

Tabla F7. Balance general del año 2007

