

CAPÍTULO IX

LA COBERTURA DE LA INMIGRACIÓN ILEGAL COMO CRÍTICA A LA REALIDAD MEDIÁTICA: LA ESPECIALIZACIÓN PERIODÍSTICA COMO RES- PUESTA

Mercedes Barrutia Navarrete

RESUMEN

Vivimos en un mundo globalizado donde los movimientos poblacionales suponen una realidad estructural que forma parte del sistema social, político económico. Los movimientos migratorios responden a diversos criterios: económicos, bélicos, políticos, educativos o medioambientales entre otros. El reparto de bienes Norte-Sur provoca desplazamientos que forman parte de la actualidad diaria, una actualidad, por cierto, recogida y difundida por los medios de comunicación.

Los motivos de los desplazamientos son variados e implican cooperación entre países, en diverso aspectos. En este contexto resulta necesario plantearse si los medios de comunicación hacen eco de estos motivos y si es consciente la prensa de que ahora más que nunca deben ser intérpretes de la realidad social. Dicen que los *mass media* educan, informan y entretienen, pero quizá es el momento de indagar sobre si cumplen la misión de educar en lo que a los movimientos migratorios se refiere y, como consecuencia de ello, si fomentan la integración social o provocan rechazo. Autoevaluarse a través de la opinión de la audiencia sería un buen ejercicio.

La cobertura de este tipo de informaciones requiere cierto grado de especialización periodística con el fin de poder ser fiel a otras ramas del conocimiento como por ejemplo el derecho, la antropología, las relaciones internacionales, política internacional y nacional o economía y responder con coherencia a dónde y cómo encajar estas noticias en los medios; indagar sobre si con información no-especializada se quedan preguntas sin responder.

Todas estas cuestiones se reflexionan en esta investigación a través de una metodología de estudio basada en la encuesta y el análisis de contenido. Una mirada crítica gracias a la convergencia de dos ramas: el periodismo y el derecho.

Palabras clave: inmigración, medios-comunicación, educación, audiencia, especialización-periodística

1. Antecedente: cobertura de una noticia sobre inmigración ilegal

Con fecha 9 de diciembre de 2016, un grupo de inmigrantes sudafricanos consiguió acceder a España de forma ilegal tras saltar la frontera de Ceuta. Un total de 438 personas en situación administrativa irregular pasaron por encima de la valla fronteriza, derribándola incluso por algunos puntos debido a la presión ejercida sobre ella a consecuencia de la afluencia de individuos. En la actualidad la mayoría se encuentran en Centro de Estancia Temporal de Inmigrantes de la ciudad.

1.1 Metodología de recogida de datos e interpretación. El análisis cualitativo y el análisis de contenido. El antecedente en un contexto periodístico y jurídico.

Dice Roberto Hernández-Sampieri, inspirado en Richard Grinnell, que el planteamiento cualitativo es como “ingresar en un laberinto. Sabemos dónde comenzamos, pero sin un mapa detallado y preciso. Y de algo tenemos la certeza: debemos mantener la mente abierta y estar preparados para improvisar”. No saber cómo acabará una investigación no quiere decir que no se determine un origen, un punto de partida que dibuje la perspectiva metodológica y las herramientas pertinentes: “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”¹⁴¹. El planteamiento inicial del problema a investigar es la realidad social y mediática: por un lado, para introducir el llamado ambiente inicial o campo, es necesario explorar el contexto seleccionado (lo social); y, por otro, para proponer la muestra inicial debemos definir las variables, los conceptos y el origen de los casos (lo mediático: lenguaje y cobertura de un hecho). Además, para proponer la muestra inicial nos auxiliaremos de medios audiovisuales (en este caso la prensa digital). Un método que va a permitir reflexionar y realizar conclusiones sobre cómo percibimos el fenómeno de la inmigración a través de la prensa y profundizar en los puntos de vista y las interpretaciones que ofrecen los medios de comunicación.

Respecto a la técnica de recogida y análisis de datos existe una crítica razonable: cómo podemos catalogar esta parte de la investigación como cualitativa si en realidad la técnica permite cuantificar la frecuencia de aparición de datos registrados. Ciertamente es, pero en la medida en que el análisis que se plantea no pueda desprenderse de su contexto o de su propio marco teórico,

¹⁴¹ Hernández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. México: Ed. Mc Graw Hill Educación. Págs. 356-377.

el sentido de esta investigación solo puede ser provisto teóricamente¹⁴². ¿Cómo deshacernos de la realidad social -riqueza Norte-Sur, situación en el país de origen, por ejemplo-, de las condiciones laborales de los profesionales de comunicación -precariedad, rapidez, no-especialización, sometimiento al poder empresarial-, de la legislación en materia de extranjería – administración, derecho, legalidad- entre otros descriptores, para interpretar cómo transmite la prensa informaciones sobre inmigración ilegal? Es impensable, y por tanto se puede afirmar que el análisis de contenido responde a las necesidades de este apartado concreto de la investigación, con un plus añadido: pueden obtenerse conclusiones si se atiende únicamente a la frecuencia de las variables escogidas. En palabras de Piñuel y Gaitán, el análisis de contenido estándar debe incluir los siguientes pasos: a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección de categorías; c) selección de la unidad de análisis y d) selección del sistema de medida o recuento. Por tanto, se describe de tal modo el análisis de contenido en cuestión:

Con la búsqueda en Google “valla Ceuta 9 de diciembre de 2016¹⁴³” se obtienen estos 10 primeros resultados publicados en la prensa digital. En este análisis de contenido se tienen en cuenta cuestiones periodísticas y jurídicas propias de la inmigración ilegal, consideradas palabras clave en este sentido. El objetivo de esta primera parte es reflexionar sobre cómo trabajan los medios de comunicación en un tema de interés general como es la inmigración y qué ofrecen a la audiencia. Se recogen en el cuadro dispuesto para el análisis de contenido los siguientes ítems:

Medio de comunicación que publica: con el fin de reflexionar sobre las agendas de los medios y el criterio de selección de noticias. Respecto al soporte – que en este caso no requiere categoría pues es común a todos, prensa digital- y el periódico escogido en cada caso, es necesario aclarar que resultan de un fenómeno aleatorio porque dependen del ranking de posicionamiento orgánico (Search Engine Optimization, SEO) del buscador de internet escogido.

Titular: es la carta de presentación y gracias a él se puede tener una valoración inicial del hilo argumental del cuerpo de la noticia

¹⁴² Piñuel Raigada, J. L & Gaitán Moya, J. A. (1999). Metodología General. Conocimiento Científico e investigación en la comunicación social. Madrid: Ed. Síntesis. Págs. 517-525.

¹⁴³ [fecha de consulta: 16 de enero de 2017]. Disponible en: <https://www.google.es/search?q=valla+Ceuta+9+de+diciembre+de+2016&oq=valla+Ceuta+9+de+diciembre+de+2016&aqs=chrome..69i57.533j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Cierre: el tipo de cierre ayuda a determinar los objetivos periodísticos así como a valorar el hilo argumental

Firma: con el fin de valorar si la noticia es propia de una agencia, en la que la información se limita a ese contenido igual para todos los medios; o ha sido elaborada por un periodista, gatekeeper de la información, que filtra e interpreta la realidad con marca propia, lo que enriquece la noticia.

Fuentes de información: primarias, secundarias, oficiales/institucionales. Aquí no es necesario explicar la bien conocida importancia de unas fuentes sobre otras, pero, en esta línea y en conexión con la Teoría de la Agenda Setting de McCombs, pueden encontrarse reflexiones como la de Rosentiel y Kovach¹⁴⁴ sobre la capacidad de síntesis del periodista en contraposición a la gran afluencia de datos que facilitan los infinitos portales de información y que, como consecuencia, tornan en pasiva la actitud del comunicador.

Palabras clave desde una perspectiva jurídica: sinónimos de “inmigrante” a nivel jurídico y periodístico/social –inmigrante, extranjero, sin papeles, situación administrativa irregular (SAI)- así como otras cuestiones propias del derecho que marcan la línea de lo ilegal/legal – frontera, CETI, derechos y el origen de los inmigrantes-.

No se tienen en cuenta los comentarios de los usuarios que se vierten en el foro.

Tabla resumen, de elaboración propia, de resultados de autoría de las noticias y vocabulario:

Medio	Firma 1= agencia/medio 2= periodista
Levante	1
El Mundo	2
La Nueva España	1
La Vanguardia	1
El Nacional (Cat)	1
Palentino	1
El Periódico	1
20 minutos	1
rtve.es	1
Reuters	1

¹⁴⁴ ROSENSTIEL, T. & KOVACH, B. (2012). Los elementos del periodismo. Madrid: Ed. Aguilar. Cap. IV. Págs. 102-106.

Inmigra*	Valla	Sin papeles	Extranj*	SAI	Fronte*	Derechos	CETI	Origen/nac
17	9	0	0	0	4	0	2	0
16	19	0	0	0	10	0	5	0
17	9	0	0	0	4	0	3	0
9	4	0	0	0	4	0	3	0
12	3	0	0	0	1	0	0	0
1	9	0	0	0	4	0	2	0
12	6	0	0	0	6	0	1	0
5	6	0	1	0	2	0	1	0
11	12	0	1	0	6	0	3	1
9	4	0	1	0	2	0	3	1

Inmigra* = inmigración, inmigrar, inmigración, inmigrante, inmigrantes

Extranj* = extranjería, extranjero/s, extranjera/s, extranjerismo

Fronte* = frontera, fronterizo, Frontex

SAI = Situación administrativa irregular

Resultados y observaciones:

La mayoría de los medios publican información de agencia. De hecho, 9 de los 10 medios lo hacen. Solo uno firma con nombre y apellido, el diario El Mundo. Afirmamos así que la información es prácticamente la misma en todos los medios.

Las fuentes son siempre las mismas y siempre son institucionales. La única excepción es el caso de El Mundo, donde se incluye además una fuente extra, lo que otorga una diferenciación basada en el tratamiento de la información. 20minutos explica que ellos sí se ponen en contacto con el CETI de Ceuta para recoger datos concretos, mientras que el resto de medios parecen recoger solo datos oficiales (¿sin contrastar?).

Parece que la palabra inmigrante es la más usada para describir a las personas protagonistas de la noticia.

En 8 noticias de 10 no se explica el origen de los extranjeros, por tanto falta información que ayude a comprender el contexto y la noticia en sí.

En ninguna noticia se explica que esas personas se encuentren en situación administrativa irregular, pero entendemos que así es o este hecho no nos preocupa, ni qué consecuencias jurídicas y sociales presenta dicha situación.

Tampoco se habla de derechos ni de obligaciones de ninguna de las partes implicadas, ni del estado receptor ni de los extranjeros.

Valla y frontera son dos conceptos que se repiten con frecuencia, algo relativamente representativo respecto a la especialización periodística o tratamiento periodístico de la información, pues los hechos ocurren precisamente en esa zona limitadora.

Respecto al Centro de Estancia Temporal de Inmigrantes (CETI), cierto es que se menciona, pero la mayoría de las veces solo con las siglas: en ningún caso se explica en qué consiste ese centro, ni para qué sirve, ni qué derechos/obligaciones pueden y deben ejercer las personas que se encuentran allí o cuáles son las condiciones generales del centro: número de ocupantes, gestión, dirección u organización, por ejemplo. Por tanto, el CETI es otro concepto que queda a la libre interpretación del lector.

Aunque en este pequeño análisis de contenido presentado sobre el caso de Ceuta no aparezca el concepto “sin papeles” basta con escribir en Google esas palabras y comprobar cómo en la sección de noticias aparecen distintos medios de comunicación que sí las emplean para referirse a las personas en situación administrativa irregular¹⁴⁵. Parece que esta moda, creada por los propios *media*, está cambiando. ¿Qué pensará la audiencia?

El cierre de la noticia tampoco es un elemento original, distintas noticias ofrecen el mismo. Otros, aunque en general todos abordan la misma línea, aportan un resumen de cuántos inmigrantes han conseguido entrar a España por un paso no habilitado a tal fin, cuántas personas se encuentran en el CETI o, ya más originales, lanzan una reflexión sobre la necesidad de llegar a Europa.

La conclusión general de estas apreciaciones es el siguiente contexto social-comunicativo: hombres y/o mujeres de origen africano, que no sabemos de dónde vienen porque no se explica en la noticia; que abandonan su país por motivos desconocidos, pues tampoco se explican en la noticia, pero donde

¹⁴⁵¹⁴⁵ Pueden verse las referencias al concepto “sin papeles” en el siguiente enlace y en medios como Ideal digital, Mediterráneo Digital, La Verdad, La Región, El Herald, el Correo Gallego o Mundo Hispánico entre otros. Las referencias al concepto jurídico “situación administrativa irregular” pueden verse en este enlace, suponen un número menor de links y suelen ir acompañados de “sin papeles” o “inmigrantes”.

se interpreta gracias a nuestro imaginario que son individuos que huyen de una situación político-social desfavorecida la cual somos capaces de deducir pero no de definir. Parece que no debería afirmarse que el proceso comunicativo sea exitoso.

2. Preguntas sin respuesta: de las 5 a las 7W

Dice Llorenç Gomis en su Teoría del Periodismo¹⁴⁶, que el presente se forja con noticias que no sabemos exactamente qué significan, pues son ambiguas dependiendo de su interpretación. Así, la función social de la noticia pasa por intentar dejar todas las dudas que surjan en torno a un hecho con respuesta. Tanto es así que coincidiendo con la línea argumental del teórico, cuanto más información se aporte y en función a su calidad, cuanto más importantes y verdaderos sean los datos que se ofrecen, más noticia será una información que otra y tendrá más trascendencia en el futuro. La noticia más útil, pues, es aquella que mejor explica qué pasa y qué se puede esperar; y a cuantas más personas llegue más duradera en el tiempo será garantizando el éxito en el proceso comunicativo y la consecuente eficacia periodística.

Leyendo los titulares y el cierre de las noticias, así como el cuerpo del texto aunque no sea el objeto principal de esta investigación, puede verse que quedan en el aire muchas preguntas sin resolver. Cuestiones que, además de que deberían quedar resueltas al aplicar la fórmula periodística de las 5W - qué, quién, cómo, cuándo y dónde-, son derivadas de otras:

¿Qué consecuencias tienen estos hechos?: qué va a pasar con los inmigrantes, qué supone para el sistema jurídico español que se acceda de forma ilegal al país, qué supone para la sociedad... En definitiva, preguntas que harán que la noticia sea más noticia. ¿Qué ha pasado con las teorías perspectivistas? “Donde está mi pupila no está la otra”, dice Ortega y Gasset¹⁴⁷, quien apoya la visión en prisma de la realidad: qué es una noticia sino la suma de versiones¹⁴⁸, de perspectivas, de declaraciones.

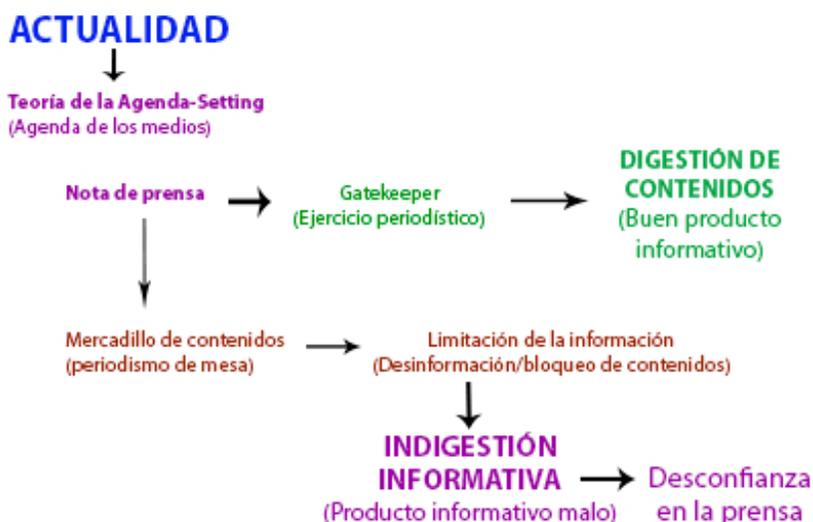
Segunda conclusión general: ¿Por qué no añadir a esta fórmula mágica de las 5W “por qué” y “con qué consecuencia”? Es decir, resolver dudas: por qué esas personas se han encaramado a la valla, por qué esas personas abandonan su país y vienen al nuestro, qué está ocurriendo allí.

¹⁴⁶ Gomis, Ll. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica. Págs. 89-101.

¹⁴⁷ Ortega y Gasset, J. (2016). El espectador II. Madrid: Alianza Editorial. Pág. 19

¹⁴⁸ En esta línea es interesante la siguiente referencia, Fishman, M. (1980). Manufacturing the news. Austin, University of Texas Press. Págs. 116-133.

Y otra conclusión más al respecto es que en la medida en que las fuentes se repiten en todas las noticias, no son originales, y la acumulación de información idéntica provoca infoxicación¹⁴⁹ y desinformación: una auténtica indigestión informativa. Un descontento en la audiencia que puede provocar falta de confianza hacia los medios de comunicación.



3. La encuesta: el lenguaje periodístico y la percepción de la audiencia

Sin miedo a equivocarnos podemos afirmar que el concepto “inmigrante” se asocia a una idea de pobreza, de búsqueda de una vida mejor, de personas que lo dejan todo por encontrar prosperidad. Nuestro imaginario colectivo¹⁵⁰ determina de forma previa una serie de contextos que permite emitir juicios de valor que no siempre responden a la realidad y que, incluso, tampoco responden a cómo se ven las personas inmigrantes frente a la sociedad de acogida.

¹⁴⁹ Este concepto responde a la intoxicación informacional y de contenidos al que actualmente estamos sometidos. Es interesante la obra Cornella, A. (2010). Infoxicación: buscando un orden en la información [libro digital]. Barcelona: Libros Infonomía. Págs. 65-66 y 92-95. [Fecha de consulta: 28/03/2017] <http://www.infonomia.com/wp-content/uploads/2014/05/948_infoxicacion.pdf>

¹⁵⁰ Las reflexiones y ejemplos en esta línea son muy interesantes de la mano de Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Ed. Icaria Editorial.

Por otra parte, desde el derecho se ponen sobre la mesa una serie de cuestiones sociales y jurídicas que tampoco responden a necesidades reales. Sin más, en la Constitución Española se indica que los extranjeros gozarán en España de las libertades públicas garantizadas por la propia carta que establezcan los Tratados y la ley (art. 13 CE) y que solo los españoles serán titulares de los derechos reconocidos en el artículo 23 (participar en actos públicos y acceder en condiciones de igualdad a las funciones y cargos público); además, solo los españoles “son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social” (art. 14). En la Constitución también se reconoce que “los poderes públicos mantendrán un régimen público de Seguridad Social para todos los ciudadanos” y que cualquier ciudadano “podrá recabar la tutela de las libertades y derechos reconocidos en el artículo 14”. ¿Pero qué personas se consideran ‘ciudadanos’? ¿Y qué dice la ley de extranjería al respecto? “Se consideran extranjeros, a los efectos de la aplicación de la presente Ley, a los que carezcan de la nacionalidad española”, dice la Ley¹⁵¹, entonces no son considerados ciudadanos. A efectos administrativos, y por tanto depende de un papel el ejercicio de derechos fundamentales y otros derechos relativos a la dignidad humana, no se es ciudadano si no se es español.

- Es importante aclarar que este estudio no pretende reflexionar sobre la concesión o no de derechos, ni de gasto público, ni de políticas migratorias, ni de gestión autonómica. Lo que sí pretende es concienciar de que el propio Derecho, al someter la entrega de derechos a una situación administrativa, junto con el imaginario colectivo, que asocia al concepto de inmigración tintes dramáticos, ofrecen a la sociedad una clara diferenciación de contextos en un mundo globalizado. Este desequilibrio es plasmado por los medios de comunicación desde una forma pasiva, es decir, se asume esa diferenciación sin cuestionarla, olvidándonos de que a la vez que se informa – con sesgo, pues la distinciones son valores intrínsecos a la ciudadanía y no se ponen en tela de juicio ni por las audiencias ni por la prensa- también debe educarse.

Con el ánimo de medir la percepción de la audiencia respecto a estas ideas jurídicas y comunicativas y otras cuestiones propias referentes a la dicotomía periodismo-extranjería se ha llevado a cabo una encuesta en la que han participado 770 personas y cuyos datos recogidos han sido tratados estadísticamente.

¹⁵¹ Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009.

3.1 Metodología y descripción de la investigación: el análisis cuantitativo y la estadística aplicada a las ciencias sociales.

Aunque no es preciso mencionar la gratitud de aplicar el método científico a las investigaciones sociológicas, sí es momento de coronar la idea de llevarlo a cabo siempre que se investigue, sea cual sea el ámbito. ¿Cómo determinar que los resultados de un estudio son válidos, extrapolables o significativos sino es con el conocimiento? Siempre que se realice una investigación, aunque sea en el campo teórico del periodismo, su estructura debe tener como andamio la metodología científica.

Para Iguartua¹⁵², la encuesta constituye una auténtica recogida de datos objetivos y subjetivos basada en la información aportada por el participante. Es decir, se trata de recoger un conjunto de procesos sobre una determinada información en una muestra significativa para obtener datos sobre su relación, frecuencia y distribución y sacar conclusiones. Para ello, la escala supone un instrumento cuantitativo muy útil para evaluar una determinada variable. En el caso que ocupa, la variable es el lenguaje, cuya medición queda sometida a la interpretación de la audiencia, y la metodología la escala de Likert¹⁵³, que supone una representación de sensaciones o grado de acuerdo-desacuerdo según los criterios de los encuestados.

3.2. Presentación de materiales.

En la encuesta participan un total de 770 personas. Se eliminan del tratamiento estadístico los considerados no-españoles¹⁵⁴, por lo que la muestra cuenta con 717 casos. La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace¹⁵⁵ y los materiales que la describen son:

¹⁵² Iguartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosh, 2006. Págs. 231-234.

¹⁵³ Hayes, B. E. (2000). Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Barcelona: Ed. Gestión. Págs. 71-83.

¹⁵⁴ Son no-españoles los ciudadanos europeos no españoles, los ciudadanos de terceros países y los que tengan doble nacionalidad (española y otra más). La encuesta llega de forma aleatoria a los usuarios, siguiendo un patrón de comportamiento propio de las redes sociales digitales. Entonces, se eliminan un total de 53 casos ya que, aunque sus respuestas no entorpecerían la muestra porque no suponen un número representativo, se entiende que su interpretación de las preguntas es diferente a los considerados españoles debido a la diferencia de contexto. Se abre aquí, por tanto, una nueva línea de investigación.

¹⁵⁵ https://docs.google.com/forms/d/10qMIQ4noRWfl_jWUxp7rCziFJGdLz-yMY7cqL3okwi8/prefill

MATERIALES TABLA 1: SEXO DE LOS ENCUESTADOS		
	Nº casos	%
HOMBRE	250	34,87
MUJER	467	65,13
TOTAL	717	

MATERIALES TABLA 4: NACIONALIDAD DE LOS ENCUESTADOS		
Nacionalidad	Nº casos	%
Española	717	100,00

MATERIALES TABLA 2: EDAD DE LOS ENCUESTADOS			
Grupos de edad	Nº casos	%	% acumulativo
14-17 años	13	1,81	1,81
18-23 años	66	9,21	11,02
años	605	84,38	95,40
30-64 años	33	4,60	100,00
TOTAL	717	100,00	

Esta distribución de frecuencia de la edad puede resultar no representativa estadísticamente, pero esta categoría no es determinante en este estudio, es decir, la edad no es un factor condicionante. Tan solo sirve para relacionarlo con la siguiente tabla,

MATERIALES TABLA 3: NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS			
Estudios	Nº casos	%	% acumulativo
Básicos	51	7,11	7,11
Bachillerato/FP	136	18,97	26,08
Universitarios	362	50,49	76,57
Postgrado	168	23,43	100
TOTAL	717	100,00	

donde puede comprobarse que los encuestados se encuentran en su mayoría formados desde el punto de vista educativo, pues en torno al 75% presentan estudios universitarios de grado y posgrado y el resto, como mínimo, ha tenido acceso a la educación básica.

MATERIALES TABLA 5: MEDIO DE CONSUMO DE NOTICIAS DE LOS ENCUESTADOS		
Medio de Comunicación	Nº casos	%
Radio	278 / 717	38,78
Televisión	519 / 717	72,38
Prensa	327 / 717	46,60
Red Social	515 / 717	71,83
TOTAL	717	

MATERIALES TABLA 6: INTENSIDAD DE COMSUMO DE NOTICIAS DE LOS ENCUESTADOS		
Intensidad	Nº casos	%
Consumo bajo	9	1,26
Consumo medio	179	24,96
Consumo alto	529	73,78
TOTAL	717	100,00

Gracias al conjunto de las tablas MATERIALES podemos concluir que la muestra tiene un nivel educativo alto y que en general viven informados. Una amplia mayoría recibe información por medio de la televisión y de las redes sociales, y una minoría próxima a la mitad de los encuestados a través de la prensa y la radio. Y lo más importante, los participantes tienen capacidad crítica para responder a las preguntas, pues un 74% afirma tener un consumo alto de noticias y poco más del 1% confiesa que apenas consume noticias informativas.

Por lo tanto puede afirmarse que los participantes tienen capacidad crítica para realizar la encuesta planteada.

Los resultados del tratamiento estadístico de la muestra son:

TABLA 1: Sensación del encuestado: si los conceptos incitan al racismo			
PREGUNTAS	Incita racismo	No incita racismo	Test CHI ²
La "palabra inmigrante" (n=717)	212 (30,40%)	505 (70,60%)	119,73 (p<0,0001)
La palabra "extranjero" (n=717)	84 (11,72%)	633 (88,28%)	420,36 (p<0,0001)
La frase "sin papeles" (n=717)	481 (67,09%)	236 (32,91%)	83,71 (p<0,0001)
La frase "situación administrativa irregular" (n=717)	169 (23,57%)	548 (76,43%)	200,32 (p<0,0001)

De 717 encuestados la palabra inmigrante incitó al racismo a 212 (30,4%); la palabra extranjero incita al racismo en el 11,72%; la frase sin-papeles incita al racismo un 67,09% y por último, situación-administrativa-irregular incita a un 23,57%. Estos hallazgos son estadísticamente significativos, lo que quiere decir que son extrapolables, válidos al conjunto de la sociedad.

Discusión: llama la atención que de todas las preguntas formuladas en la encuesta la que realmente incita más al racismo es el concepto “sin-papeles”, seguido muy de lejos de inmigrante y situación-administrativa-irregular. La palabra extranjero es la que menos connotación peyorativa presenta.

Si jurídicamente la concesión de derechos se otorga dependiendo de la situación administrativa sería conveniente plantearse si socialmente esto es una conducta lógica y que responda a lo propio de los derechos fundamentales y humanos.

Desde el punto de vista de la comunicación se debe encender la alarma. El uso del concepto que más incita al racismo, que es sin-papeles, parece que se encuentra en declive pero no ha desaparecido de las redacciones periódicas. Sin embargo, la palabra que menos incita al racismo, que es extranjero, presenta un significado que puede provocar confusión si se compara con el concepto asimilado de inmigrante. ¿Pueden los medios de comunicación cambiar con el lenguaje el imaginario colectivo? Es decir, los medios de comunicación deben provocar la duda de “qué tipo de extranjero se trata”. Habría que añadir a la palabra “extranjero” la apreciación “en situación administrativa irregular”, que tampoco incita al racismo aunque tiene otros matices jurídicos y humanos que son cuestionables.

TABLA 2: Sensación del encuestado: si los conceptos son apropiados			
PREGUNTAS	Apropiado	No Apropiado	Test CHI²
La palabra “inmigrante” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	463 (64,6 %)	254 (35,4 %)	60,92 (p<0,0001)
La palabra “extranjero” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	651 (90,8 %)	66 (9,2%)	477,30 (p<0,0001)
La frase “sin papeles” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	371 (51,6)	346 (48,4 %)	0,872 (p<0,350) (n.s.)
La frase “situación administrativa irregular” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	556 (77,5 %)	161 (22,5 %)	217,61 (p<0,0001)

De 717 casos encuestados, el 35,4% consideran no apropiado el concepto inmigrante para definir a una persona no-española sin documentación reglada. Respecto a la palabra extranjero, solo el 9,2% del encuestado la considera como no apropiada; y situación administrativa regular un 22,5%. Estos resultados son estadísticamente significativos ($p < 0,0001$).

Sin embargo no existe diferencia significativa entre las respuestas apropiada/no-apropiada cuando se utiliza la frase “sin papeles” para definir a una persona no-española (no es estadísticamente significativa).

Discusión: aunque los participantes, en la tabla 1, han considerado que “sin papeles” incita al racismo, en esta tabla 2 vemos que el mismo concepto se responde apropiado/no-apropiado a partes iguales. No se pueden demostrar diferencias significativas entre ambas, es decir, no se puede concluir que “sin papeles” sea o no un concepto apropiado para la audiencia. Queda al juicio del periodista y de sus valores éticos y deontológicos su uso. Y una reflexión más, si la audiencia, a pesar de considerar un concepto racista, no determina con contundencia si lo considera apropiado o no, es el momento de que los medios de comunicación sean conscientes de cómo la audiencia asume aquello que le damos, sea bueno o malo: démosles algo bueno.

Tabla 3: Cree que los medios de comunicación, con su lenguaje, fomentan el racismo		
No fomentan	237 (30,05 %)	CHI ² : 82,35 (p < 0,0001)
Fomentan	480 (66,94 %)	
Total	717 (100 %)	

De 717 casos encuestados, el 67% de ellos considera que los medios de comunicación fomentan el racismo con su lenguaje. Por otra parte, el 30% de ellos considera que los medios no fomentan el racismo.

Discusión: Debemos analizar en profundidad el porqué de estos resultados, por qué la audiencia, los encuestados, opina que los medios fomentan el racismo con su lenguaje. Estos resultados requieren una autoevaluación de nosotros, los profesionales. Ahora bien, nunca se debe olvidar la fuerza y la verdad que expresan los encuestados. Pensemos que un 70% considera que los *mass media* no cumplen con uno de sus tres principios fundamentales, como es el de educa

En la tabla número 7 puede observarse que:

		TABLA 7: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON SU LENGUAJE		
		NO FOMENTA EL RACISMO	FOMENTAN EL RACISMO	
LA FRASE "SITUACIÓN ADMIN. IRREGULAR"	NO INCITA AL RACISMO	217 (39,6 %)	331 (60,4 %)	548 (100 %)
	INCITA AL RACISMO	20 (11,8 %)	149 (88,2 %)	169 (100 %)
		237 (33,1 %)	480 (66,9 %)	717
CHI ² : 44,99 (p < 0,0001)				

Esta tabla responde a si hay asociación estadística entre “el concepto situación-administrativa-irregular incita al racismo” y si “incitan al racismo” los medios de comunicación con el lenguaje. Es decir, la relación que existe entre ambas preguntas.

Existe asociación estadísticamente significativa entre si “situación-administrativa-irregular incita al racismo” y en qué grado los medios de comunicación, con su lenguaje, fomentan el racismo [χ^2 : 44,99 ($p < 0,0001$)].

Discusión: es importante observar que cuando el concepto situación-administrativa-irregular no-incita al racismo en el 39,6%, los medios de comunicación tampoco lo fomentan. Sin embargo, es más del doble (88,2%) cuando situación-administrativa-irregular incita al racismo junto a que los medios de comunicación fomentan el racismo con su lenguaje.

Cuando se conjugan dos criterios los resultados toman más valor que de forma aislada. En este caso se han asociado estadísticamente los conceptos referentes al fenómeno migratorio y la percepción de los encuestados/audiencia respecto al fomento del racismo, con el lenguaje, por parte de los medios de comunicación. La conclusión de esta asociación es que cuando más incita al racismo una palabra, más se entiende que los medios de comunicación fomentan el racismo con el lenguaje. Por tanto, como resultado de la interpretación de las tablas 4, 5, 6 y 7 puede verse que los medios de comunicación dibujan el imaginario colectivo y generan una opinión pública concreta con su principal herramienta.

4. Conclusiones e ideas para debatir

Especialización: en la medida en que el periodista se especializa en una materia este puede cuestionar más a la fuente y no aceptarlo todo como verdad absoluta. Como consecuencia se ofrece una información más profunda, más tendente a la objetividad, menos sesgada y más original. Se consigue que la noticia sea más noticia, que el proceso comunicativo sea exitoso y se cumplen además las funciones propias de los medios de comunicación marcando una diferenciación respecto a otros medios.

Concepto de indigestión informativa. La era de la información, paradójicamente, está provocando una sociedad desinformada. Ante un número ilimitado de fuentes de consulta (periódicos digitales de libre acceso) el usuario encuentra un número limitado de informaciones, limitadas también en contenido, por lo que no puede digerir los contenidos y asimilar las noticias. Se restringe también el imaginario colectivo, y como consecuencia la formación de una opinión personal y de la opinión pública.

Ampliación de las 5w a las 7w. Añadir datos como por qué y con consecuencias, mencionados con anterioridad para optar a la también referida diferenciación. Desmarcarse del periodismo de mesa ofreciendo datos originales a la audiencia y cumplir así las misiones de educar e informar.

El lenguaje es la herramienta principal de los medios de comunicación, pero es un arma de doble filo. La audiencia tiene opinión propia y puede verse con claridad cómo considera que algunos de los conceptos en relación al fenómeno migratorio más utilizados por la prensa son racistas. Y como consecuencia consideran que los medios de comunicación también son racistas. La palabra más adecuada para referirse a una persona no-española, según la interpretación de los encuestados y que además responde a la máxima aproximación jurídica, es “extranjero”. Un término que necesita ser precisado de la forma menos racista posible, y esta es, según el receptor, con el complemento “situación administrativa irregular”.

Además, respecto al lenguaje, se ha podido comprobar cómo la audiencia, a pesar de considerar un concepto racista, no detecta inconveniente en que los medios de comunicación lo usen (sobre si el concepto “sin-papeles” es apropiado no existe resultados estadísticamente significativos). Pero sin embargo, sí consideran que los medios fomentan el racismo con su lenguaje (recordemos que este porcentaje es de más del 70%, un auténtico mazazo). Por tanto, si la audiencia va a consumir lo que la prensa publique, la prensa tiene la obligación moral de producir un buen producto.

Pregunta clave: ante una situación profesional precaria, ¿quién está dispuesto a ofrecer más por el mismo precio? Redacciones con poco personal; sueldos deficientes que no corresponden ni con la formación, ni con la cantidad del trabajo realizado, ni con la calidad del resultado. Periodistas contratados para un mercadillo de contenidos digital más que para un medio comprometido con la comunicación, donde prima la cantidad a la profesionalidad. Y con una audiencia amuermada e infocada en riesgo de perder la capacidad crítica –que ya hemos comprobado que sigue despierta aunque sin más condición que la de digerir aquello que le damos-.

Segunda pregunta clave, consecuencia del contexto empresarial: ¿qué motivaciones o facilidades existen que me permitan no hacer periodismo de mesa?

Consideración final: los medios de comunicación deberían cambiar su percepción de beneficio y la sociedad su elevada consideración hacia lo gratis. La audiencia cree que acceder a la información es un derecho libre de carga, que por supuesto es un derecho que se debe ejercer, pero sin duda también es necesario ser consciente del coste que supone que todos podamos disponer de ella. Por su parte, las empresas de comunicación deberían invertir en profesionales, y sobre todo en periodistas especializados en materias concretas, con el fin de ofrecer una información más amplia, más profunda y rigurosa capaz de fomentar el pensamiento crítico y la capacidad de interpretación en la sociedad para que se garantice el desarrollo de los individuos: es decir, entretener e informar y educar. Es su compromiso.

BIBLIOGRAFÍA POR ORDEN DE APARICIÓN

- Herández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. México: Ed. Mc Graw Hill Educación. Págs. 356-377.
- Piñuel Raigada, J. L & Gaitán Moya, J. A. (1999). Metodología General. Conocimiento Científico e investigación en la comunicación social. Madrid: Ed. Síntesis. Págs. 517-525.
- ROSENSTIEL, T. & KOVACH, B. (2012). Los elementos del periodismo. Madrid: Ed. Aguilar. Cap. IV. Págs. 102-106.
- Gomis. Ll. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica. Págs. 89-101.
- Ortega y Gasset, J. (2016). El espectador II. Madrid: Alianza Editorial. Pág. 19
- Fishman, M. (1980). Manufacturing the news. Austin, University of Texas Press. Págs. 116-133.
- Cornella, A. (2010). Infoxicación: buscando un orden en la información [libro digital]. Barcelona: Libros Infonomía. Págs. 65-66 y 92-95. [Fecha de consulta: 28/03/2017] <http://www.infonomia.com/wp-content/uploads/2014/05/948_infoxicacion.pdf>
- Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Ed. Icaria Editorial.
- Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009.
- Iguartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosh, 2006. Págs. 231-234.
- Hayes, B. E. (2000). Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Barcelona: Ed. Gestión. Págs. 71-83.