

## HACER PRESENTE LO AUSENTE: DECONSTRUYENDO ALGUNAS (RE)PRESENTACIONES DE LA INMIGRACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN<sup>1</sup>

**Damián Esteban Bretones**

Universidad de Granada

La presencia de nuevas tecnologías digitales referentes a la información y la comunicación (TIC) junto con los mass media dominan buena parte de nuestro acontecer diario, permitiendo transmitir y acceder a informaciones y mensajes por todo el planeta de forma inmediata. Medios como Internet, donde el receptor puede tener un rol activo en la comunicación mediada a gran escala, articulan nuestra visión del mundo. De esta forma y de acuerdo con la expresión de Gubert (1987), habitamos en una *iconosfera*, en un simulacro donde el mapa no ha sustituido el territorio, como en un poema de Borges (1975: 40, citado en Baudrillard, 1977/1978: 3), sino que es lo que configura el territorio, o lo que es lo mismo,

...la tasa de realidad baja todos los días porque el médium mismo ha penetrado en las costumbres, se ha convertido en un ritual ordinario de la transparencia. (Baudrillard 1982/1985: 191)

Es decir, vivimos en un nuevo entorno que envuelve y domina la vida en las sociedades occidentales actuales, y condiciona de manera decisiva los modos de relación y comprensión del mundo. Nuestra realidad o realidades, más allá de nuestro limitado marco de la experiencia cotidiana que brinda un conocimiento directo sobre la realidad, está determinado en gran medida por los medios de comunicación. Estos son fuentes indirectas de información y conocimiento, que ofrecen formas de categorizar el mundo, representaciones estudiadas y planificadas que creemos reales en algunos casos, e irreales en otros, pero que nos determinan igualmente. Los medios explican y muestran, influyen en las percepciones y actitudes de los individuos que reciben sus informaciones, pero en muchas ocasiones no ayudan a interpretar la realidad de manera crítica sino que realizan una subversión de los conceptos que se adscriben a sus mensajes, produciendo una anulación de sus significados o dotándolos de nuevos contenidos.

Por consiguiente, conozco el mundo que me ofrecen los medios de comunicación desde que abro los ojos, mostrándome a diario una serie de significados e imágenes, fagocitando cualquier tema para devorarlo, reinterpretarlo o reinventarlo, poniéndolo bajo los focos de la escena pública, (re)presentándolo como protagonista o secundario, cercano o extraño, heroico o pérfido, o echando el telón para que desaparezca bajo la cortina del silencio y el olvido. Si el milagro es el no verbo, solo bajo esta forma podrá aparecer la voz silenciada de grupos excluidos, minoritarios o no, de esa escena mediática.

Esta situación no es ajena al fenómeno de la inmigración extranjera, cobrando más presencia en los medios españoles, a partir de convertirse España de país emisor de emigrantes en receptor de inmigrantes en las últimas décadas. Pero el protagonismo mediático de este colectivo consiste en la emisión de imágenes estereotipadas que se relacionan con la discriminación y la marginación, tratando el fenómeno como una problemática conflictiva. Estas representaciones mediadas que se muestran en las informaciones diarias sobre la inmigración determinan la actitud que tienen los individuos sobre la inmigración. Además, expanden prejuicios y crean un clima que influye en originar situaciones de exclusión social para este colectivo o derivar en el rechazo al "otro" para afirmar el "nosotros", lo que puede terminar adquiriendo la forma de xenofobia,

...planteándose por parte de algunos autores que los inmigrantes son asociados cada vez más en los medios de comunicación con las amenazas socioeconómicas y culturales, la desviación, la delincuencia y la violencia. (Igartua et al. 2006: 111)

Otro aspecto complementario a éste sería la imagen que transmiten los medios sobre los países Occidentales, de riqueza y confianza en el logro personal para conseguir los sueños individuales, que pueden servir de efecto llamada para algunas poblaciones.

Este artículo intentará analizar la construcción de este fenómeno, deconstruir estas imágenes y cuestionar la inmigración como problema que aparece en los medios de comunicación españoles. También identificando los elementos necesarios para su análisis, ofreciendo herramientas críticas que hagan exigir a los medios de comunicación por parte de la ciudadanía la función de servicio público, de información y conocimiento, para la que están legalmente constituidos en las democracias modernas bajo la forma de derecho a la información. Para sustituir las ficticias, sesgadas y simplificadoras, imágenes estereotipadas por imágenes más pondera-

<sup>1</sup> Trabajo realizado en el marco de la investigación financiada por el Plan Andaluz de Investigación (Proyectos de Excelencia) titulado "Discursos de extranjería en los medios de comunicación audiovisuales andaluces: la construcción discursiva y visual de la nueva Andalucía" y cuyo Investigador Principal es Antolín Granados Martínez. Además, el presente texto se enmarca en parte de mi tesis doctoral en curso y realizando en el Instituto de Migraciones de la Universidad de Granada.

das y descriptivas, reales y plurales, creando espacios mediáticos basados en el diálogo y no en la confrontación, facilitando el reconocimiento de diversas colectividades.

En el primer apartado trataré de contextualizar la inmigración en España a partir de datos suministrados por las distintas investigaciones estudiadas, el Instituto Nacional de Estadística y el Centro de Investigaciones Sociológicas, describiendo los cambios demográficos producidos en las últimas décadas, la tipificación de los inmigrantes y su procedencia, la forma de llegada y los efectos sociodemográficos que se observan. A continuación, en el segundo apartado, comentaré brevemente el panorama de los medios de comunicación en España y algunos aspectos que demuestran la importancia que tienen los medios para formar la opinión pública e individual sobre todo tipo de cuestiones en general, y sobre la inmigración en particular. En el tercer apartado, enunciaré las principales temáticas respecto a la inmigración extranjera seleccionadas por los medios de comunicación españoles según las investigaciones estudiadas, en especial de fotografías de prensa y medios audiovisuales, y glosaré los elementos que nos pueden servir para deconstruir estas imágenes desde un análisis metódico de lo anterior. En el cuarto apartado, a modo de conclusión, hago una reflexión sobre el sentido que debían tener estas representaciones en los medios de comunicación, contraponiéndolo de forma crítica con la práctica actual, reduciendo la pluralidad de discursos presente en la sociedad y haciendo perder, en el sentido aportado por Geertz (1973/1988), la densidad a la realidad.

Por tanto, este artículo pretende explorar las representaciones de la inmigración y de sus actores que ofrecen los medios de comunicación, centrándome especialmente, en la forma de seleccionar y proyectar un fenómeno social como la inmigración extranjera que tienen los medios españoles. Planteando si esta construcción mediática es la que determina el discurso sobre la inmigración extranjera que tiene la sociedad, o, sin embargo, son los medios lo que hacen es proyectar de forma sesgada alguno de los discursos que ya están presentes en la sociedad.

## 1. LO REPRESENTADO: LA INMIGRACIÓN HACIA ESPAÑA

La movilidad de grupos humanos ha constituido un hecho básico en la génesis de la humanidad y en las construcciones culturales que se gestan en las diversas poblaciones, no es un proceso nuevo pero está, en la actualidad, sometido a nuevos contextos e interacciones. De la misma manera, el proceso llamado recientemente globalización tampoco es ninguna novedad, forma parte de un devenir histórico que ya tiene siglos, ahora se ha aumentado la escala, multiplicando los contactos y su inmediatez, al igual que ocurre con los flujos migratorios. Por tanto, el fenómeno de las migraciones humanas forma parte de la realidad social de cualquier época en todo el mundo, al afectar a múltiples facetas de la estructura socioeconómica en todas las sociedades, produciendo cambios tanto para los emigrantes como para los grupos de acogida. Ya que los seres humanos y los colectivos no son islas estáticas y herméticas o bunker inaccesibles, son permeables a otros individuos y colectivos en el mismo instante que contactan, al margen de su actitud respecto a la otra población, sea positiva o negativa.

Este fenómeno social también es fundamental en España, que ha pasado en las últimas décadas de país mayoritariamente emisor de emigrantes, hasta principios de la década de 1980, a país receptor de inmigrantes. Esto ha modificado el panorama sociodemográfico en los últimos años, causando, por ejemplo, un aumento de la riqueza del país por la actividad laboral de los inmigrantes, o un crecimiento de la natalidad en un país con una de las tasas de nacimientos más bajas del mundo. Pero en determinadas circunstancias puede producir conflictos sociales y situaciones de exclusión social.

A este respecto, es importante apreciar el crecimiento de la población extranjera en España<sup>2</sup>, aumentando desde los 900.000 ciudadanos extranjeros en 2000 a los 5.747.734 en 2010<sup>3</sup>, lo que ha supuesto, junto con el incremento de la esperanza de vida, la tasa de crecimiento de la población más alta de la historia en España. Estos extranjeros no se distribuyen de forma homogénea en el territorio español, siendo las Baleares las que tienen una mayor tasa de población extranjera respecto a la población total, seguida de la Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Murcia, Cataluña y Andalucía (INE, 2010). En cuanto a las nacionalidades más representadas entre la población extranjera en 2010 son, por este orden, Rumanía, Marruecos, Ecuador, Reino Unido, Colombia, Bolivia y Alemania (INE, 2010). En lo referente al perfil del inmigrante cada vez hay más mujeres sudamericanas que quieren iniciar un proyecto propio, tendencias migratorias que se produce dentro de la multiplicidad de las nacionalidades latinoamericanas, debido a los cambios en el sistema político español y al crecimiento económico en las últimas décadas. Esto convierte al país en foco de atracción por las posibilidades para conseguir trabajo y mejorar el nivel de vida, que para los emigrantes latinoamericanos

<sup>2</sup> Los datos que tenemos se refieren a extranjeros, condición de residencia en un país donde no se posee la ciudadanía, no a inmigrantes, condición que implica movilidad. Esta cuestión no es trivial al demostrar que las propias investigaciones sobre este tema confunden extranjeros con inmigrantes, hablando de lugar de procedencia de los inmigrantes cuando realmente describen las nacionalidades de los extranjeros residentes en territorio español.

<sup>3</sup> El dato del padrón anual que suministra el INE sobre extranjeros residentes es relativo a residencia y no a movilidad, además el padrón no hace un cómputo total al ser voluntario.

tiene el atractivo añadido de compartir una misma lengua por las vinculaciones históricas y los intereses empresariales del país de acogida (Izquierdo et al., 2002: 244 citado en Retis, 2004: 120).

Asimismo, algunas investigaciones muestran como los españoles perciben la inmigración como un problema, ocupando un lugar destacado en las preocupaciones de la ciudadanía y en la agenda de los partidos políticos, junto con el paro y la economía, en el actual contexto de crisis<sup>4</sup>. Esto conlleva actitudes negativas por parte de la sociedad de recepción como los prejuicios y la xenofobia hacia los inmigrantes, que en épocas de crisis sirven para canalizar tensiones mientras se afirma la identidad propia frente al otro<sup>5</sup>.

También me parece importante destacar algunos datos del impacto de los extranjeros sobre las cuentas públicas, según el INE y la Oficina Económica del Presidente en 2005, los extranjeros aportan 23.402 millones de euros a los ingresos públicos, representando el 6,6% de la recaudación total. A la vez, reciben 18.618 millones de euros, apenas un 5,4 % de los gastos de las Administraciones Públicas, por lo que contribuyen en 4.784 millones de euros netos, contribuyendo en cotizaciones unos 8000 millones de euros mientras reciben tan solo 400 millones de euros en pensiones (Sebastián, 2006: 25).

Finalmente, para comprender estos procesos es fundamental analizar las actuales condiciones generales geoeconómicas y sociales, explicando como la globalización ha afectado a la constitución y proliferación de migraciones. Para ello, es necesario no considerar este fenómeno como un proceso independiente sino como interacciones entre distintos protagonistas. Así, la inmigración es un acontecimiento influido y originado en parte por las decisiones tomadas en los países receptores dentro de un sistema global, aunque ni la política por sí sola puede generar migraciones en determinadas direcciones ni la vigilancia las puede detener (Sassen, 2006: 24). Todos estos actores y facetas, a veces contradictorias, influyen en el fenómeno social de la inmigración, demostrando su carácter multiforme.

## 2. EL CREADOR: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Teun van Dijk (1997) advierte que la mayor parte de nuestro conocimiento social y político, así como nuestras creencias sobre el mundo, emanan de decenas de informaciones que leemos o escuchamos a diario. Es muy probable que no exista ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se practique con tanta frecuencia y por tanta gente como son el seguimiento de noticias en prensa y televisión. (Van Dijk 1997, citado en Retis 2004: 123)

Estas palabras señalan a los medios de comunicación como un instrumento de primer orden para construir significados y valores (Martínez Lirola, 2007: 20), influyendo continuamente en la sociedad que se ve expuesta a sus mensajes bajo la forma de informaciones o ficciones. Se constituyen en mediadores entre los fenómenos geopolíticos y socioeconómicos cada vez más alejados del entorno residencial y los mecanismos cognitivos de comprensión de los individuos, que a su vez se ven determinados por creencias y representaciones sociales que son establecidas, en parte, por los medios de comunicación. En este proceso circular entre individuos y sociedad, los medios son el filtro y el canal tanto para constituir como para determinar y explicar los procesos de reproducción y de cambio social, al igual que las formas de actuar y pensar de los individuos. Por eso, nuestra idea de los procesos viene determinada por nuestra experiencia y por el imaginario colectivo expuesto en los medios de comunicación. Así que,

...pensar y hablar del otro implica pensarse a sí mismo y hablar de sí mismo; pero los límites entre uno y otro son múltiples y las combinaciones de criterios que se pueden dar en una persona en concreto son enormes. (Rodrigo Alsina 1999 citado en Retis 2004: 121)

O lo que es lo mismo, las imágenes y representaciones mediadas del "otro" representan al "nosotros".

De esta manera los medios son magníficos transmisores de opiniones, estereotipos, actitudes, creencias y emociones. Además, los medios pueden manipular, cuando se alteran los códigos de recepción, no pudiendo por parte del espectador distinguir los contextos y usos del mensaje que se está emitiendo, es decir, cuando estamos viendo una mala película de terror sobre inmigración creyendo que es un informativo. Esto pasa a menudo en unos medios, especialmente la televisión, que compiten comercialmente por la espectacularidad no por el rigor y la calidad en la información, y un público que ejerce muchas veces de autentico *homo videns* (Sartori, 1997/1998), ávido consumidor de imágenes y nuevas experiencias.

Por consiguiente, los medios de comunicación son una herramienta de esencial importancia para construir las sociedades, pudiendo usarse para facilitar la reflexión o para conseguir el control de la población. Estos medios pueden adoptar la ideología y los intereses de las instituciones o grupos que los controlan. Entonces,

<sup>4</sup> El CIS conceptualiza la inmigración como problema y no como fenómeno social.

<sup>5</sup> Por ejemplo, en la cuestión 5a, "El principal problema que existe actualmente en España": en quinto lugar aparece la inmigración con un 2%; a la pregunta 8, "¿Cuáles cree Ud. que deberían ser los principales objetivos de la sociedad española en los próximos años?": en tercer lugar aparece "controlar más la inmigración" (17,5 %), por delante de "la lucha contra la desigualdades sociales" (16,1 %) y "la lucha contra el terrorismo" (11,2 %).

sabiendo quiénes son los grupos que controlan los medios de comunicación en España podremos descifrar cuáles son los intereses, principalmente económicos, que mueven sus acciones. A este respecto, el panorama mediático en España está controlado en su mayoría por oligopolios internacionales mediante participación accionarial:

- El grupo Mediaset (<http://www.mediaset.it>), propiedad de Silvio Berlusconi, controla Tele 5 y Cuatro.
- El grupo PRISA (<http://www.prisa.com>) posee, entre otros medios, Digital +, Canal + España, La Ser, 40 principales, AS, El País y la editorial Santillana. Además, PRISA está participada por la multinacional francesa VIVENDI (<http://www.vivendi.com>) y aliada con Time-Warner (<http://www.timewarner.com>), Disney (<http://corporate.disney.go.com>) y News Corporation (<http://www.newscorp.com>).
- El grupo Vocento (<http://www.vocento.com>) que posee el Grupo Correo (Ideal, Correo Vasco, etc.), ABC, Punto Radio, y Net TV con los canales 10, Intereconomía, MTV España y Disney Channel España.
- El grupo editorial Planeta (<http://www.planeta.es>) posee Antena 3 y Onda Cero, participa en varias multinacionales norteamericanas, además de poseer la Razón y ADN.
- Mediapro (<http://www.mediapro.es>) posee la Sexta.
- El grupo italiano Rizzoli-Corriere della Sera (<http://www.rcsmediagroup.it>) posee El Mundo y controla el grupo Recoletos, líder en prensa especializada en España.

Un panorama privado que con la llegada de la televisión digital se iba a diversificar más, a lo que se une una proliferación de periódicos locales y cadenas de radio, pero que es en realidad un espacio mediático muy homogéneo controlado por unos pocos grupos que, con matices, pertenecen a los colectivos dominantes de la sociedad, pretendiendo una reproducción social que les haga mantenerse en su privilegiada posición económica y de poder (Quirós, 2005: 36).

A todo esto hay que destacar las cadenas de televisión públicas estatales, que desde que emiten sin publicidad, han apostado por una política al margen de las leyes del mercado y de la competencia, para dar un servicio público: informar, educar y entretener. A pesar de esta excepción, los gobiernos (autonómicos y nacionales) siguen regulando y legislando en estrecha relación con los oligopolios<sup>6</sup>, confundiendo los límites entre lo privado y lo público, produciendo una privatización de la función pública, que es por definición antidemocrática. Luego habría que conseguir recuperar

...aquella zona del servicio público que aspiraba a una mayor participación social en la regulación de los medios. (Mastrini y Charras 2004:12)

### 3. CONSTRUYENDO LA REPRESENTACIÓN: HACIENDO PRESENTE LO AUSENTE

Según Debray,

...representar es hacer presente lo ausente.. No es simplemente evocar sino reemplazar. (Debray 1992/1994: 34)

Esta cuestión presenta un doble sentido en el tema de la imagen de la inmigración en los medios de comunicación. Por un lado los medios construyen una representación, es decir, reemplazan el objeto representado -la inmigración- para hacerlo presente, a la vez que destierran la realidad del propio objeto, volviéndolo ausente. Encontrándonos ante una inversión de significados, el fenómeno de la inmigración presente en la realidad se ausenta en la representación, reduciendo la pluralidad de discursos y su complejidad. Trataremos de comprobarlo en el análisis de una serie de investigaciones centradas en distintos aspectos de este tema como el análisis de contenidos de los mensajes emitidos (Galán Fajardo, 2006; Muñoz e Igartua, 2004), la opinión de la audiencia (Sampedro Blanco, 2004: 137) o los mecanismos para influir en la sociedad de masas (Martínez Lirola, 2007: 8; Retis, 2004: 127); con una perspectiva crítica que estudia el contexto social, económico y político, atacando los dispositivos de manipulación y dominio de los medios de comunicación (Retis, 2004: 124; Wagman, 2006: 206).

Estas investigaciones analizan la inmigración como fenómeno mediático, debido a que los medios de comunicación determinan gran parte de la agenda de la opinión pública, así como los fenómenos que más preocupan a la ciudadanía. Todos estos estudios coinciden en que los medios transmiten una imagen de la inmigración como problema, siendo ésta la imagen que es percibida por la mayoría de la sociedad (Granados Martínez, 2006: 60), proyectando una imagen sesgada y simplificadora (Retis, 2004; Martínez Lirola, 2007; Galán Fajardo, 2006; Granados Martínez, 2006), subrayando a unos pocos actores (Retis 2004), provocando, a veces, el conflicto frente al otro. Así como transmiten estereotipos mediáticos y prejuicios, es decir, la mayoría de las informaciones tienen

...un carácter negativo, y los temas principales que definen el relato de dichas noticias vienen constituidas por dificultades y/o problemas con respecto a la inmigración. (Muñoz e Igartua 2004: 4)

<sup>6</sup> Para autores como Mastrini y Charras (2004) esta forma efectiva de regular a favor de grandes multinacionales se ha venido llamando desregulación, por parte de los Estados.

Añaden que observaron una cobertura mediática distinta dependiendo del actor retratado. Mientras los inmigrantes son representados como individuos conflictivos relacionados con distintas problemáticas sociales como la delincuencia y la mafia, enfatizando su peligrosidad social o lo que molestan; justificando, de esta forma, su situación de exclusión (Retis, 2004; Wagman, 2006; Muñiz et al., 2004 y 2006). A la vez, estos mensajes caracterizan y refuerzan, de forma positiva, la identidad de los grupos sociales que ostentan la hegemonía social, utilizando los medios como instrumento para conseguir sus intereses (Wagman, 2006); donde la ideología dominante de la sociedad de acogida se describe como elevada, mientras que la cultura de los inmigrantes y ellos mismos son tratados como una realidad inferior, haciendo uso y abuso del concepto integración (Martínez Lirola, 2007). Aunque en algunas ocasiones, señalan, que aparecen las representaciones de inmigrantes con un tono positivo cuando son explotados por españoles, caracterizando a estos con rasgos negativos, pero su situación de ilegalidad y dominación no se transforma, permaneciendo inmutable (Galán Fajardo, 2006). Además, advierten un trato distinto dependiendo del país de procedencia de los extranjeros representados<sup>7</sup>, nunca relacionando la inmigración con países desarrollados de nuestro entorno (Galán Fajardo, 2006) o con profesionales con prestigio y reputación en sus empleos, sean pianistas (Daniel Barenboim) o futbolistas (Messi, Ronaldinho y Étó).

A la vez, en estas investigaciones, se comprueba la existencia de diferencias de tratamiento informativo de la inmigración extranjera dependiendo del tipo de medio, y del tipo de diario (Muñiz et al., 2006) o de la cadena de televisión (Muñiz et al., 2004), según la línea editorial y el público al que se dirige. En el caso de la televisión es un tratamiento menos específico buscando un consumo rápido que impide la profundización en estas temáticas. Mientras que la prensa suministra una mayor información a sus lectores debido a los formatos que utiliza, como son el reportaje y la entrevista.

También es reseñable la imagen que se proyecta del mundo occidental por parte de los medios de comunicación, y de la publicidad en particular, hacia todos los rincones del mundo. Estas imágenes vienen caracterizadas por la opulencia, el bienestar y la satisfacción de los sueños individuales; donde casas confortables, abundancia de comida, vehículos de lujo, grandes espacios de hazañas deportivas, se van conjugando para formar una iconografía sobre una especie de paraíso en la tierra. Iconografía que sirve como atractivo referente en determinadas circunstancias para algunas poblaciones

Todos estos aspectos son claves para entender la visión peyorativa que se posee en España de los inmigrantes, debido a estas representaciones colectivas difundidas por los medios, cargadas de negatividad sobre su figura. Pero esta visión de los medios de comunicación es una selección de aspectos presentes en la realidad, proyectando unos y obviando otros. A este respecto, la relación entre inmigración y delincuencia se fundamenta por la asociación que se hace desde la clase política y parte de la sociedad, por ejemplo, en la Ley de Extranjería del gobierno del PP en 2004. Luego, esta relación y la imagen del inmigrante delincuente fue difundida irresponsablemente por los medios de comunicación, reproduciendo un estereotipo que puede convertirse en profecía auto cumplida (Wagman, 2006: 206). Es decir, la forma en que tienen los medios de reflejar la inmigración es el resultado de un proceso de selección de discursos presentes en la sociedad, que lleva a invisibilizar otros al nos ser proyectados.

#### 4. MOSTRANDO LO AUSENTE

La globalización y la convergencia digital han hecho que las informaciones y las imágenes que forman parte de las mismas se difundan instantáneamente a todo el mundo digitalizado e informatizado. Estos postulados tecnológicos no están sirviendo curiosamente para democratizar los medios o para tener más instrumentos de análisis de nuestra realidad política y social, al contrario, están siendo utilizados para reducir la pluralidad de discursos presentes en la realidad. En este sentido, la tecnología al servicio de los medios de comunicación no deja de ser utilizada para crearnos estados de opinión. Por cierto, opiniones que están en la sociedad, sirviendo los medios como auténticos catalizadores<sup>8</sup> sociales de mensajes a los que asistimos como espectadores. Así, somos público en el teatro mediático del mundo, sublimación máxima del mundo calderoniano. Por desgracia, no es para divertirnos, es para mantenernos dormidos. Desapareciendo el sentido crítico en muchos casos, para lo cual da igual que se utilicen fotografías, piezas informativas o documentales.

Cuando en 1936, Orson Welles y su Mercury Theatre, compuso una representación radiada de la novela *La Guerra de los Mundos* de Wells bajo el formato de un informativo especial con conexiones en directo que radiaba la invasión del planeta Tierra por naves extraterrestres, convirtiéndose en referente para los medios de comunicación en cuanto a la influencia que podían tener. No se trató de un engaño premeditado, al comienzo de la emisión se aclaró que los acontecimientos no eran reales, pero muchos no lo escucharon. De esta manera, los oyentes imaginaron que la representación radiada era completamente "real". La retransmisión de Welles evidencia el poder de la representación cuando es lo suficientemente verosímil, y, para colmo,

<sup>7</sup> Según la investigación de Retis (2007), mientras a los ecuatorianos se les victimiza a los colombianos se les criminaliza

<sup>8</sup> Lo que provoca y fija una reacción, según J. M. Costa (2005).

no sabemos que lo es, dando lugar a la propaganda. Pero repito, la emisión de Welles no es una manipulación, sino una mera recreación explícita. Lo que si son pura propaganda es gran parte de las imágenes que nos rodean en relación con las informaciones sobre inmigración que aparecen en los medios de comunicación. Son las nuevas naves invasoras venidas de países lejanos o de la ciudad cercana, de mares perdidos o de la calle da al lado. Procesos de caracterización negativa del inmigrante que no son casuales y responden a unas determinadas funciones sociales como es mantener una situación de dominio que beneficia a grupos de poder y parte de la población española, consiguiendo una mano de obra barata o siendo utilizados como chivo expiatorio ante los auténticos problemas sociales (Wagman 2006: 213). En definitiva, ya no somos *inocentes* como los oyentes del programa de Orson Welles, pero nos siguen tomando el pelo igual.

Por eso la necesidad de invertir el proceso que he descrito en este trabajo, teniendo como excusa y guía una frase de Debray, los medios de comunicación deberían de hacer presente lo que está de hecho presente en la realidad del fenómeno de la inmigración, y no solo una parte. Para ello, deben seguir mediando, transmitiendo representaciones, debido a la imposibilidad ontológica de transmitir la realidad sin transformarla, la cuestión es qué tipo de representación o ficción transmiten,

...no necesariamente "más real" pero sí "más dialogante". (Sampedro Blanco 2004: 146)

Porque sus consecuencias son reales y las sentimos en nuestra cotidianidad. De ahí que los medios tengan que responsabilizarse a la hora de exponer ciertos procesos en su trabajo, planteando la necesidad en sociedades multiculturales de una comunicación intercultural, debido a que los medios de comunicación aportan a la construcción colectiva simbólica de los fenómenos una creciente simplificación. Es necesario analizar críticamente estas (re)presentaciones para compararlas con la complejidad y profundidad de la realidad social expuesta, para discernir cuales son las características presentadas y las obviadas, profundizando en el estudio de los procesos de selección mediática.

En este sentido, los medios de comunicación deben hacer un ejercicio de sensatez social comprometiéndose con no simplificar los fenómenos que tratan, presentándolos en toda su diversidad y pluralidad, al tener los instrumentos y los medios para realizarlo. Esto evitaría que existan colectivos minusvalorados o negados mediáticamente, a la vez que existen otros apreciados, introduciendo una jerarquía en las representaciones y recepciones de los mensajes emitidos por los medios de comunicación (Sampedro Blanco, 2004: 137). No quiero decir con ello que se limite la libertad de expresión de los medios, más bien al contrario, ya que ésta va en sintonía con el derecho a la información por parte de los lectores. Es decir, el derecho a recibir una información que les permita tener un sentido crítico y llegar a un conocimiento de los acontecimientos en toda su amplitud social. Esto se vulnera cuando los periodistas no hacen un uso riguroso del lenguaje o se niegan a hacer visible la multiplicidad de posturas o voces de la realidad plural e intercultural de las sociedades europeas y españolas. También se vulnera este derecho a la información cuando se juega con el imaginario social desde el reduccionismo y la simplificación, retratando a los inmigrantes desde la diferencia no desde la diversidad. Ya que las sociedades tienden a calificar a otras poblaciones que consideran más pobres con calificativos que subrayan la desigualdad, mientras a sociedades más ricas o del mismo entorno y estrato económico como diversas,

...ausencias o ignorancias no se pueden permitir en quienes se les supone el deber de in-formar sin de-formar. (Granados Martínez 2006: 81)

Abogando por una comunicación intercultural (Rodrigo Alsina, 1996) que tenga en cuenta los contextos de emisión y recepción de los mensajes, demostrando que los periodistas y los comunicadores están capacitados para acometer esta empresa.

En consecuencia es imprescindible que los lectores y espectadores puedan contactar con lo variado de la realidad social a través de los medios de comunicación pero no en procesos sesgados que conducen a la distorsión, sino al contrario, en marcos noticiosos que articulen lo más completamente posible todos los elementos que estructuran la inmigración. Aunque esto se puede extender a cualquier otro proceso que aparece en los medios de comunicación. Si no seguimos esta dirección en la comunicación se continuará abriendo una brecha entre los fenómenos sociales y lo (re)presentado en los medios, entre la investigación que aborda la inmigración desde distintas perspectivas y los medios que exponen una representación plana y única. Por eso, expongo la necesidad de profundizar en el proceso de selección de discursos que hacen los medios dentro de un proceso dialéctico entre la realidad y la representación. Sin olvidar que debido a la capacidad de influir en la realidad, los medios pueden llegar a reemplazar la realidad, como un mapa que precede y genera el propio territorio (Baudrillard, 1977/1978: 5). De ahí la urgencia de mostrar lo ausente, de mostrar el territorio, de mostrar todos los actores y factores que componen la inmigración como fenómeno social.

## BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, Jean. (1978). *Cultura y simulacro* (Pedro Rovira, Trad.). Barcelona: Editorial Cairós (Trabajo original publicado en 1977).

- Baudrillard, Jean. (1985). El éxtasis de la comunicación. En Hal Foster. (Ed.) *Posmodernidad* (pp. 187-198) (Jordi Fibla, Trad.). Barcelona: Editorial Kairos (Trabajo original publicado en 1983).
- Borges, José Luís. (1975). *El Hacedor*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bueno Abad, Juan Ramón. (2006). Miradas psicosociales sobre el fenómeno de la inmigración. *VI Congreso estatal de escuelas de trabajo social. Escuelas de estudios sociales de Zaragoza*. Universidad de Zaragoza. Recuperado el 24/03/2010 de [http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/Extra\\_fis/Inmigracion/Ponencias/Bueno%20Abad.pdf](http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/Extra_fis/Inmigracion/Ponencias/Bueno%20Abad.pdf)
- CIS. (2010). Recuperado el 4/02/2011 de <http://www.cis.es>
- Costa, José María. (2005). *Diccionario de química física*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Debrau, Regis. (1994). *Vida y muerte de las imágenes. Historia de la mirada en Occidente* (Ramón Hervás, Trad.). Barcelona: Paidós (Trabajo original publicado en 1992).
- Galán Fajardo, Elena. (2006). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido en El Comisario y Hospital Central. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 20/03/2010 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm>.
- Geertz, Clifford. (1988). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa (Trabajo original publicado en 1973).
- Granados Martínez, Antolín. (2006). Medios de comunicación, opinión y diversidad (social y cultural). Reflexiones en torno al fenómeno migratorio. En M. Lario Bastida. (Coord.) *Medios de comunicación e inmigración* (pp. 59-84). Murcia: Convivir sin Racismo.
- Gubern, Ramón. (1987). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Gustavo Gili.
- INE. (2010). Recuperado el 4/02/2011 de <http://www.ine.es>
- Martínez Lirola, María. (2007). Una aproximación a cómo se construye la imagen de los inmigrantes en la prensa gratuita. *Tonos digital*, 14. Murcia. Recuperado el 21/03/2010 de <http://www.um.es/tonosdigital/MartinezLirola.pdf>.
- Mastrini, Guillermo y De Charras, Diego. (2004). Veinte años no es nada: del NOMIC a la CMSI. Congreso IAMCR. Porto Alegre (Brasil). Recuperado el 19 /04/ 2010 de [http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/mastrini\\_decharras.doc](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/mastrini_decharras.doc)
- Muñiz, Carlos e Igartua, Juan José. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *ZER*, 16, 87-104.
- Muñiz, Carlos, Igartua, Juan José y Otero, José Antonio. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Comunicación y sociedad*, 1 (XIX), 103-128.
- Quirós, Fernando. (2005, septiembre). España: concentración acelerada. *Le Monde diplomatique*, 3.
- Retis, Jessica. (2004). La imagen del otro: inmigrantes latinos en prensa nacional española. *Sphera pública: revista de ciencias sociales y comunicación*, 4, 119-139.
- Rodrigo Alsina, Miguel. (1996). Los estudios de comunicación intercultural. *ZER*, Aberado. Recuperado el 10/04/2010, de <http://www.ehu.es/zer/zer1/4notinvrodr.htm>
- Sampedro Blanco, Víctor. (2004). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación. *CIDOB d'Afers Internacionals*, 66-67, 135-149.
- Sartori, Giovanni. (1998). *Homo Videns* (Ana Díaz Soler, Trad.). Barcelona: Taurus. (Trabajo original publicado en 1997).
- Sassen, Saskia. (2006). La formación de las migraciones internacionales: implicaciones políticas. *RIFP*, 27, 19-39.
- Sebastián, Manuel. (2006). *Inmigración y economía española 1996-2006*. Madrid: Oficina económica de la presidencia. Recuperado el 20/04/2010, de <http://www.la-mondoa.es/NR/rdonlyres/62B6B50E-AE7B-455A-85A5-600EF4E9281/80516/InmigracionYEconomiaEspañola12NovResumen.pdf>
- Wagman, Daniel. (2006). Los medios de comunicación y la criminalización de los inmigrantes. En M. Lario Bastida (Coord.) *Medios de comunicación e inmigración* (pp. 201-214). Murcia: Convivir sin Racismo.