



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2023
ISSN 1887-4606
Vol. 17(2) 253-275
www.dissoc.org

Artículo

¿Cómo evolucionan las noticias sobre la población extranjera en la prensa española regional en relación con las Notas de Prensa que emite el Instituto Nacional de Estadística?ⁱ

How news about foreign polulations evolve in Spanish regional press compared to the Press Releases issued by the National Institute of Statistics?

Ariet Castillo Fernández y F. Javier García Castaño
Instituto de Migraciones, Universidad de Granada

Resumen

Nos interesa indagar sobre cómo evolucionan las noticias periodísticas sobre migraciones; y en concreto, las relativas a las oscilaciones de población extranjera; en prensa española, en lo que refiere a la cobertura regional. Para ello, consideraremos el período de tiempo comprendido entre el año 2002 y 2019¹, inclusive. Así, partiremos de las Notas de Prensa que elabora y emite el Instituto Nacional de Estadística y que tienen que ver con los datos demográficos en relación con el Padrón Municipal de Habitantes respecto a la población nacional y extranjera. Analizaremos ocho medios de grupos mediáticos distintos, tanto en su versión impresa como digital; además de ser representativos por tener mayor tirada; para así conocer qué noticias se publican en cada uno de ellos, cuándo y dónde. Asimismo, indagaremos sobre qué espacios ocupan las noticias sobre la población extranjera y quién escribe sobre ello. Desde un enfoque, sobre todo, cuantitativo, analizaremos cómo se representa la población extranjera y cómo esta se muestra en los periódicos de referencia; en sus titulares, subtítulos y entradillas. Nos preguntaremos cómo ha evolucionado la noticia en cuanto a la población extranjera y cuestionaremos si ha cambiado en función del volumen de dicha población o si, sin embargo, incide la tendencia política de la agenda pública.

Palabras clave: Padrón, Instituto Nacional de Estadística, población extranjera, prensa regional, fenómeno migratorio, análisis cuantitativo

Abstract

We are interested in investigating the evolution of journalistic news on migrations, and specifically, those related to the oscillations of foreign population, in the Spanish press, referring to regional coverage. For this purpose, we will consider the period of time from 2002 to 2019, inclusive. Thus, we will start from the Press Releases prepared and issued by the National Institute of Statistics and that have to do with demographic data in relation to the Municipal Register of Inhabitants of a demographic nature with respect to the national and foreign population. We will analyze eight media of different media groups, both in print and digital versions; in addition to being representative for having the largest circulation; in order to know what news is published in each of them, when and where. Likewise, we will investigate what spaces are occupied by news about the foreign population and who writes about it. From a quantitative approach, we will analyze how the foreign population is represented and how it is represented in the newspapers of reference; in their headlines, subtitles and headings. We will ask ourselves how the news has evolved in terms of the foreign population and we will question whether it has changed according to the volume of the foreign population or whether it is influenced by the political trend of the public agenda.

Keywords: Census, National Institute of Statistics, foreign population, regional press, migratory phenomenon, quantitative analysis.

Introducción

Malthus (1966) consideraba la demografía como un campo de batalla ideológico. En nuestra investigación sobre el fenómeno de las migraciones nos preguntamos si tal máxima se mantiene. Centrándonos en las noticias sobre dicho fenómeno nos cuestionamos si los discursos mediáticos cambian en función del tamaño de las poblaciones o si tiene que ver con las tendencias políticas dominantes. Nos cuestionamos si es la agenda política la que sitúa a la migración como asunto relevante para el debate público o si, por el contrario, es la demografía la que marca qué relatos son noticia en torno al fenómeno migratorio.

No deja de ser relevante lo que nos planteamos si leemos la rotunda afirmación de Smets *et al.* (2020) en un reciente manual de medios de comunicación y migraciones cuando mostraban que lo que más nos preocupa es el “macabro paisaje de la muerte” (De Genova, 2017: 2) de los mares Mediterráneo y Egeo, ya que Europa sigue siendo el destino migratorio más mortífero del mundo; el espectáculo mediático de los refugiados sirios y la crisis fronteriza; la retórica antiinmigración en el Brexit y otras campañas electorales; la política antiinmigración de Donald Trump en Estados Unidos; así como los crecientes sentimientos xenófobos, de extrema derecha e islamófobos en toda Europa tras varios atentados terroristas. ¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación y las tecnologías en estos acontecimientos? Y ¿cuál es la responsabilidad de los medios en la proliferación y el encuadre de la migración como crisis? (Menjívar *et al.*, 2019).

Para dar respuesta a estos interrogantes pretendemos utilizar la teoría que explica la influencia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, también conocida como *agenda-setting*. Seguiremos en este punto a Capellán (2008), tomando en cuenta a sus iniciadores (McCombs, Cohem y Shaw 1972) y atendiendo a lo que sigue respecto a la misma:

- La gente acaba aceptando que la verdad, o lo que sucede en la realidad, está en los medios.
- El *framing*, marco o encuadre de la noticia.
- El *priming* como aportación de estándares públicos para que el espectador evalúe las cuestiones políticas y sociales que se le van presentando.
- Tres agendas: la mediática –como agenda más importante–, la política o institucional y la pública o ciudadana.
- El sujeto de la opinión pública ya no está en los públicos, sino en los medios.
- El diálogo y el debate, como característica básica de la opinión pública han desaparecido entre las personas, porque todos aceptan con relativa facilidad la oferta informativa de los medios (Capellán, 2008: 219).

Todo este planteamiento podríamos resumirlo indicando que, dado que los medios de comunicación tienen un papel principal en la elaboración de discurso, es relevante considerar el encuadre noticioso (*framing*)ⁱⁱⁱ en el que se enmarca cada una de las noticias que analizamos, ya que “al mismo tiempo que

se configura una agenda con los temas socialmente relevantes, se construyen los encuadres desde los que tratarlos, dando forma a un determinado discurso social” (Fajardo Fernández y Soriano Miras, 2017: 148). A su vez, se debe considerar el proceso que provoca comportamientos deseados (*priming*) y que son reforzados por los medios a la hora de manifestarse asuntos de interés público. Es decir, bajo la teoría de la *agenda-setting* se abre el paraguas de la influencia de los medios, que establecen las noticias que la sociedad recibe y cuáles son de mayor relevancia. Asimismo, cabe destacar lo relevante de encuadrar una noticia pues supone “definir una ‘idea organizadora central’ para construir la historia informativa (Buraschi y Fumero de León, 2019:2). En definitiva, mientras que la *agenda-setting* se basa en la afirmación clásica de que las noticias nos dicen *en qué pensar*, el encuadre noticioso sostiene que las noticias también nos dicen *cómo pensar* (Eberl *et al.*, 2018).

En esta dirección Bañón (2004) hará hincapié en cómo la mayor parte de la información que recibimos sobre la inmigración es de forma indirecta desde discursos que nos llegan desde los medios de comunicación y enuncia que “hablar de recepción en este contexto es hablar igualmente de reproducción textual, concepto directamente relacionado, a su vez, con el de trascendencia social de los discursos. Hay textos que se elaboran sabedores de que tienen asegurada su reproducción masiva” (Bañón, 2004: 130). Y dado que nos importa cómo se construyen los discursos desde las agencias mediáticas, asumimos el análisis crítico de los mismos (Van Dijk, 1999) para así centrarnos “en las formas en las que las estructuras discursivas representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad” (Van Dijk, 2016: 205).

Una muestra de esto que decimos sobre la influencia de los medios en la opinión pública se puede observar en el tratamiento noticioso del fenómeno de las migraciones. Por ejemplo, para el análisis de los datos estadísticos y de las noticias periodísticas en prensa, pensamos que el fenómeno migratorio se nos presenta de una manera “parcial”. Y es que, como dijera Salmon (2019) hablando sobre el arte de contar historias o *storytelling*: “Los acontecimientos ya no se ordenan por secuencias o entregas. Se estructuran por la imprevisibilidad y lo chocantes que resultan”, afirma el ensayista sobre la actual “carnavalización” que distingue al debate público” y en tal artículo concluye: “Lo importante ya no es resultar creíble, sino ser el centro de atención”, y esto es lo que orienta la *agenda-setting*, que es tanto política como mediática y, por supuesto, social. En el caso del que aquí nos ocuparemos se trata del establecimiento de “agendas regionales” que orientan la información que recibe la sociedad y que pueden desembocar en procesos de diferenciación y lo que ello conlleva, desigualdad y, por ende, exclusión intergrupala. Dicho de otro modo, “de manera implícita, la reconstrucción discursiva de la realidad social se vuelve manipuladora y a menudo discriminatoria, a menor o mayor medida, dependiendo de la ideología que sigue cada uno de los periódicos” (Mavrikaki, 2017: 50). Rondando a todo ello se encuentran los procesos de identificación (Brubaker y Cooper, 2000).

Ya hace tiempo que Barth (1976), refiriéndose a la “identidad étnica”, sugería que esta supone mecanismos de inclusión y exclusión y, con ello,

constituye formas de organización social. Así es que los marcadores étnicos, que pueden no aparecen en las estadísticas sobre el fenómeno de las migraciones, pero sí en los discursos en prensa, marcan la etnificación imperante en los discursos de masas. Cisternas (2019), por su parte, menciona a Gupta y Ferguson (1997) en tanto en cuanto se propone desnaturalizar la diferencia cultural, ya que esta tiene cabida dadas las relaciones de poder inherentes a la sociedad. Tanto es así que la identificación se construiría de manera externa al individuo, puesto que se establecería como un proceso dialéctico y de negociación entre las entidades de poder y los entornos institucionales. Inclusión y exclusión que se construye tanto desde los organismos institucionales como desde las relaciones de poder que ostentan la información de los medios de comunicación.

Si trasladamos estas conceptualizaciones a los estudios mediáticos, es también Bañón (2014) quien nos recomienda las nociones de “endogrupo” y “exogrupo”. A través de tales nociones observaríamos cómo los sujetos de las migraciones son considerados como colectivo homogéneo. Y no sólo, sino que también podría representarse como “propio para la exclusión”^{iv}, puesto que “los efectos cognitivos y emocionales que provoca la recepción de estas informaciones en la población española se reflejan claramente en sus actitudes de rechazo hacia el fenómeno” (Chakour y Portillo, 2018: 67)

Y aquí de nuevo debemos prestar atención al “papel que juegan los medios de comunicación en la creación y modificación de la opinión pública” (Capellán, 2008). Este último autor nos lo recuerda acudiendo a palabras de Wright Mills (1956):

Los medios le dicen al hombre quién es –le prestan identidad–; le dicen qué quiere ser –le dan aspiraciones–; le dicen cómo lograrlo –le dan una técnica –le dicen cómo sentirse– y, si no lo consigue, le dan un escape (Capellán, 2008: 207).

Todo ello sirve para reafirmar la relevancia que tienen los discursos mediáticos a la hora de generar las representaciones sociales en torno al fenómeno migratorio (Bañón, 2007). Más concretamente en cuestiones de seguridad y en asuntos relacionados con la *sociedad del riesgo* (Beck, 1998), que se construye en función de las amenazas que se generen en un espacio-tiempo concreto de “crisis” social. Es en estos escenarios en el que los inmigrantes son presentados como una amenaza y, por tanto, su viaje migratorio como invasión (Sassen, 2013). Se entenderá entonces la importancia de la autoridad de los medios (Bañón, 2014) que actúan como constructores y transformadores de valores desde una visión eurocéntrica.

Y de nuevo deben emerger aquí la noción de identificación dado que el asunto que nos ocupa termina hablando del “nosotros” mediante procesos de delimitación de los “otros”. Como nos recordaba Santamaría (2002b), no ha sido a los migrantes a los que hemos estudiado, sino cómo la sociedad autóctona los piensa, los trata, los presenta y los representa. Sin duda será a través de esos “otros” como construiremos el “nosotros”. Al hilo, Van Dijk (1988) destacaría la atención que hay que prestar a los discursos pues son estos los que contribuyen a que la sociedad tenga conocimientos de asuntos relacionados con la etnicidad y recalca que

Si se distorsionan esos relatos, también se puede llegar a representaciones cognitivas distorsionadas y se pueden volver a usar esos modelos para formar actitudes prejuiciosas que a su vez constituyen las ideologías racistas. El discurso, así, juega un papel central en la formación y transmisión de las ideologías. Esto no significa que el discurso solo exprese, describa o prescriba acciones basadas ideológicamente. Es más bien parte inherente de las prácticas ideológicas de un grupo (Van Dijk, 1988:153)

Para concretar estas consideraciones de manera empírica veremos las distintas maneras que la prensa local tienen para contar la población “nacional” y la población de “nacionalidad extranjera”. Nos ocuparemos tanto de estudiar cómo se contabilizan estas poblaciones como de conocer cómo se relatan, a partir de aquellas, las migraciones. Es aquí donde aparecerá la agenda política, que nos resulta de relevancia dado que es desde ahí es desde donde se construye la diferencia. Y ello para situarnos en la línea de los trabajos más recientes sobre medios de comunicación y migraciones que muestra, como nos explica Sommier, Dortant y Galy-Badenas (2018), como una buena parte de las investigaciones se ocupan de la cobertura mediática, el retrato y la representación de diversos grupos minoritarios (y dentro de ello los efectos de la cobertura mediática en las percepciones y actitudes hacia los inmigrantes).

Con todo ello, pretendemos contribuir a mostrar la importancia de este campo de convergencia entre el estudio de los medios y el estudio de las migraciones. Para algunos autores (Smets *et al.*, 2020) no se trata de dos campos que se entrecruzan, no se trata de una simple convergencia. Estos autores (Smets *et al.*, 2020) sostienen que se abren nuevas perspectivas teóricas y empíricas en la confluencia transdisciplinar de la investigación sobre los medios de comunicación y la migración. Entre ellas se incluyen, entre otras, las formas en que estos estudios entienden el poder simbólico de los medios de comunicación a la hora de conformar imaginarios sociales sobre la migración; el papel cada vez más importante de los datos en la puesta en práctica de respuestas humanitarias y de seguridad a la migración; y la creciente importancia de las tecnologías digitales a la hora de imaginar, organizar y sobrevivir a los viajes de los migrantes. Nuestro trabajo pretende contribuir a esta construcción transdisciplinar.

Método

El Instituto Nacional de Estadística (INE) publica anualmente la Estadística del Padrón Continuo (EPC) que se produce a partir del registro administrativo de cada ayuntamiento en España denominado Padrón Municipal de Habitantes. En él constan los vecinos y vecinas de cada municipio y, entre otras variables, se identifica su nacionalidad. Para divulgar los resultados de la citada EPC, el INE los resume en una *Nota de Prensa (NP)* cada año. A partir de la información contenida en dicha *NP*, los medios de comunicación construyen la “noticia” sobre la población que residen en España cada año. En un trabajo anterior (García Castaño y Castillo Fernández, 2023) hemos analizado con detalle la estructura y contenido de las *NP*^v. Aunque remitidos a dicho trabajo para comprender mejor la información que produce el INE sobre población y, sobre

todo, sobre población de nacionalidad extranjera, debemos aclarar aquí alguna cuestión básica de dicho trabajo. En él nos hemos ocupado de mostrar como el INE enfatiza las diferencias numéricas entre población, en general, y aquella que es de nacionalidad extranjera. En el citado trabajo mostrábamos que siendo la población extranjera en España una población que no ha superado en su conjunto el 13% sobre el total de las personas en el país a lo largo de los últimos veinte años, como es posible que las NP del INE le dediquen cada año tanto espacio a describir sus características. Basten unos datos numéricos para explicar esto que decimos sobre el espacio dedicado en las NP a la población de nacionalidad extranjera:

- En el 2003 y 2004 los porcentajes de espacio dedicado en las NP a hablar de la población extranjera eran mayoritarios: 86% y 94% respectivamente. El resto de los años el porcentaje descendió hasta el 63%, 68%, teniendo dos años, 2006 y 2007, con 72% y 70% respectivamente.
- Por su parte, el espacio dedicado a la población nacional se mantuvo en un perfil muy bajo, oscilando entre el 3% (2003) y el 6% (2012). En 2017, con una media del 2%.
- En el caso de la población en general también se observaron cambios y la tendencia fue a aumentar el espacio. Empezando (2003) con un 3%, terminó en 2019 con un 52%.

Es decir, el énfasis en esta última población no se justifica por su cantidad ni por su variación a lo largo del tiempo. Nosotros defendemos que se trata de mecanismos de construcción de la diferencia en el sentido que hemos explicado más arriba, pero ahora el interés es observar cómo esos mecanismos funcionan cuando la *información* del INE se convierte en *noticia* de prensa^{vi}.

Para ello, se seleccionaron cuatro periódicos de dicha cobertura, siendo elegidos los que presentaban mayor tirada, aunque no solo. En todos los casos se priorizaba que se dispusiera de versión en papel y versión digital^{vii}. En un primer momento se consideraron: *La Voz de Galicia*, *Heraldo de Aragón*, *La Nueva España*^{viii} y *Diario de Cádiz*. Además de la “tirada” de cada periódico se consideró la pertenencia a un grupo mediático distinto: Grupo Prisa, Unidad Editorial, Vocento, Grupo Godó; respectivamente para el caso nacional; y Corporación Voz de Galicia, Grupo Henneo, Prensa Ibérica y Grupo Joly. Finalmente se tomó en consideración *El Periódico*, como prensa regional, cuyo grupo mediático es el Grupo Zeta. De esta manera se podría establecer una comparación entre líneas editoriales distintas en territorios geográficos diferentes.

Para la localización de las noticias construidas a partir de las NP del INE nos servimos de la plataforma *My News*^{ix}. De esta manera resultaba fácil localizar, un día después de la publicación de la NP por parte del INE, la noticia correspondiente en cada periódico que, además, indicaba que la fuente de información era el propio INE

Se recuperaron a través de *My News* un total de 521 artículos, siendo seleccionados finalmente solo 288 por la ausencia de relevancia para la investigación de los restantes dado que los descartados no eran de interés para la investigación en curso. Filtrando el total de las noticias seleccionadas y descartando aquellas de idéntico contenido, aunque en diferente medio, se

construyó el corpus de análisis con un total de 211 noticias^x (ver Tabla 1). De cada noticia se prestó atención al titular (con cierta mirada al contenido), a la sección de ubicación de cada una de las noticias, a la autoría de ella y a la extensión en número de palabras.

Tabla 1. Número de noticias analizadas según medio

Medio	Impresa	Digital
Diario de Cádiz	0	6
El Periódico	74	46
Heraldo de Aragón	23	16
La Voz de Galicia	30	13
Total	127	84

Fuente: elaboración propia

No dejamos de ser conscientes que en este punto estamos siguiendo una cierta tradición en los estudios sobre medios de comunicación y migraciones. Como nos indica (Eberl *et al.*, 2018) en una relativamente reciente revisión de la literatura en este campo, los estudios realizados se han centrado en la cuantificación del volumen o de la intensidad de las noticias sobre inmigración en los medios. Aunque nosotros seguimos esta línea, añadimos un matiz importante. En nuestro caso lo que estamos haciendo es seguir el proceso de conversión de la información en noticia. Una vez que un organismo estatal (INE) informa anualmente de los datos sobre población en España, no hacemos otra cosa que seguir dicha información para observarla convertida en noticia, en esta ocasión, en la prensa regional^{x1}.

Resultados

La primera cuestión que nos ha interesado analizar ha sido si en el titular de cada noticia se utilizaba la palabra “extranjero” o la palabra “inmigrante”. La Tabla 2 muestra los resultados sobre el posible uso de estos dos términos.

Tabla 2. Número de noticias del corpus que utilizan en el titular la palabra inmigrante o la palabra extranjero. Diferencias entre prensa impresa y digital

	Prensa impresa		Prensa digital	
	“Inmigrante”	“Extranjero”	“Inmigrante”	“Extranjero”
2003	0	3	0	0
2004	0	0	0	0
2005	1	3	0	0
2006	4	6	0	0
2007	4	3	0	0
2008	0	5	0	0
2009	2	1	0	0
2010	3	0	1	3
2011	3	0	0	0
2012	0	3	0	3
2013	0	1	0	3
2014	0	2	0	2
2015	0	2	0	6
2016	0	1	0	2
2017	0	1	0	1

2018	0	0	0	3
2019	0	1	0	0
Total	17	32	1	23

Fuente: elaboración propia

La cuestión es relevante en un doble sentido: por un lado, ya hemos mencionado que las NP del INE habla de población de nacionalidad extranjera, no de población inmigrante; y, por otro lado, debemos recordar que la condición de “inmigrante” es de carácter demográfico y la de “extranjero” es de carácter jurídico administrativo. Dos condiciones distintas que nos pueden equipararse y que, además, no se dan necesariamente de manera conjunta: para ser inmigrante no es necesario ser extranjero y no todo extranjero es necesariamente inmigrante.

En la citada Tabla 2 se puede observar que la palabra “extranjero” es la que domina en los titulares. Cabe destacar que es *El Periódico* y *La Voz de Galicia* los periódicos que presentan mayor contabilidad del término “extranjero” o sus variaciones, aunque le sigue inmediatamente *Heraldo de Aragón*. Si es importante destacar que el término “inmigrante” en los titulares aparece en mayor medida en la prensa impresa (en 17 ocasiones). Aunque debe anotarse que en esta prensa dicho término se circunscriben a unos años determinados (2005 a 2011), años en los que la prensa digital no se publicaba (los datos en el caso de esta prensa comienzan en el año 2010). En la prensa digital solo se usó en una ocasión el término “inmigrante” en el titular de la noticia.

Pero el que en los titulares de las noticias no se emplee la palabra relacionada con la “inmigración” no quiere decir que el contenido de aquellas no se refiera a ese asunto. Ya hemos indicado que en las NP del INE solo en una ocasión se utiliza tal término del total de las 17 NP analizadas. La cuestión se entiende si hacemos notar que tales NP, como ya hemos explicado, lo que hacen es resumir para los medios de comunicación los datos poblacionales a partir del Padrón Municipal de Habitantes. Es decir, nos presentan datos de población y una de las variables que se estudian en dichos datos es la nacionalidad. Es por ello por lo que las NP ofrecen información sobre la población de nacionalidad extranjera en España, pero no ofrecen datos sobre movimientos migratorios. El que algunos medios traduzcan “población extranjera” por “población inmigrante” forma parte de la interpretación del medio. Pues bien, para observar que los medios, aunque de lo que tienen que informar es de población (o de la población de nacionalidad extranjera) lo que interpretan es “población inmigrante”, hemos elaborado una nueva Tabla (ver Tabla 3) en la que indicamos las veces que en el conjunto de las noticias de cada año cada medio utiliza la palabra “inmigrante”.

Tabla 3. Número de veces que se utiliza la palabra “inmigrante” en el cuerpo de las noticias de cada año según medio

Año	<i>El Periódico</i>	<i>El Periódico de Aragón</i>	<i>El Periódico de Extremadura</i>	<i>Heraldo de Aragón</i>	<i>La Voz de Galicia</i>
2003	0	1	0	1	0
2004	2	0	0	0	0
2005	3	3	6	4	3
2006	8	7	7	9	12
2007	6	6	2	0	10
2008	5	6	5	0	4
2009	3	0	0	2	3
2010	1	1	5	12	6
2011	2	1	4	4	2
2012	0	0	1	0	0
2013	0	0	0	0	0
2014	3	3	0	0	3
2015	0	0	0	2	3
2016	0	0	0	0	0
2017	0	0	2	0	0
2018	0	0	0	0	0
2019	1	1	0	0	3

Fuente: elaboración propia

Como puede verse, aunque en los titulares no aparezca siempre la palabra “inmigrante”, en los cuerpos de noticias se repite de manera importante. Es de destacar como de repetido es el término en la primera década estudiada. Asimismo, señalar 2006 ya que todos los medios lo utilizaron en mayor medida que en otros años. Y finalmente, mostrar como desde 2015 hacía delante el uso del término pasa a ser residual. Y no debemos olvidar que de lo que se informa en todos los años es del mismo tipo de información: la población en España, en general, y la población de nacionalidad extranjera, en particular.

La segunda cuestión a la que hemos prestado atención ha sido el lugar donde se ha ubicado la noticia en cada periódico. Y lo primero que tenemos que indicar es que no existe una ubicación específica a lo largo de los años analizados en un mismo medio y que el conjunto de los medios varían a la hora de localizar en una parte del periódico las noticias sobre estos asuntos. Y esta cuestión no es menor dado que a lo largo de los años la noticia que estamos analizado es de similares características. Consiste en describir la actualización de datos padronales que ofrece el INE anualmente y cabría pensar que siempre se trata de un tipo de noticia que tendría un lugar “específico” y “fijo” “donde aparecer en cada medio.

En la Tabla 4 presentamos el porcentaje de noticias publicadas según la sección en la que aparecen y diferenciado entre las distintas cabeceras. Cinco medios incluyen la noticia en “Portada”. De ellos destaca *Heraldo de Aragón*. Bien es cierto que, en muchos de los casos, algunas noticias aparecen

presentadas en la portada para luego desarrollarse en otra de las secciones de los periódicos.

Tabla 4. Porcentaje de noticias en cada sección según cada medio

Sección	La Voz de Galicia lavozdegalicia.es	El Heraldo de Aragón elheraldo.es	El Periódico elperiodico.com	diariodecadiz.es
Actualidad	4,17	47,06	26,42	
Comarcal	1,39		1,89	
CC.AA. y Provincias	29,17	9,09	17,65	18,87
Deportes				1,89
Economía				1,89
Local	9,72	8,33	1,14	9,43
Miscelánea	34,72		44,32	
Nacional	1,39	16,67	63,64	17,65
Opinión			2,27	
Portada	1,39	4,17	9,09	11,76
Regional	50,00	37,50	18,18	5,88
Sociedad	1,39			23,86
Sociedad			27,27	39,62
Total	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Para *La Voz de Galicia* la sección más utilizada es “Regional”, seguida de “Miscelánea”, aunque en la versión digital las noticias están más repartidas en varias secciones. Para *Heraldo de Aragón* la sección más destacada es “Nacional” y en la versión digital “Actualidad”. En *El Periódico* la sección más utilizada es “Miscelánea”, pero en la versión digital es “Sociedad”. Por último, en la versión digital del *Diario de Cádiz* la sección utilizada es “Local”.

El caso de *Heraldo de Aragón* en versión impresa es bien distinto. No presenta la noticia en portada y tampoco predomina ni la sección nacional ni regional, sino que destaca la sección “General”. Hay también diferencias con su versión digital, puesto que las secciones más destacadas son, en primer lugar, “Comunidades Autónomas” y, seguidamente, “Regional”. *El Periódico*, en su versión impresa, muestra datos significativos para la sección “Miscelánea” y, a continuación, se presentan valores más relativos en cuanto a las secciones “Local”, “Sociedad” y “Regional”, en este orden. Cambia en el caso del mismo noticiario en su versión digital, pues presenta una clara dominancia la sección de “Sociedad”. *El Diario de Cádiz*, por su parte, habiéndose sólo localizado noticias en su versión digital, presenta una clara tendencia a publicar las noticias analizadas en la sección “Nacional”.

La tercera cuestión a la que hemos prestado atención ha sido al grado de especialización de las personas que escriben sobre migraciones en cada medio. Se trata de observar si a lo largo del tiempo se mantiene una firma de un profesional del medio que se encarga de las noticias relacionadas con población, en general y con Inmigración, en particular. Además, este análisis

nos permitirá atender a si la noticia es construida por parte de algún profesional del medio o se usa el recurso de la agencia de noticias ajena al medio o la redacción del propio medio sin identificar profesional alguno. En la Tabla 5 podemos observar los estos datos referidos a la autoría.

Tabla 5. Autoría de las noticias en el corpus analizado

Medio	Noticias	Firmadas	% firmadas	
La Voz de Galicia	30	11	37	
Lavozdegalicia.es	13	4	31	
Heraldo de Aragón	23	13	56	
Elheraldo.es	16	2	12,5	
El Periódico	El Periódico	27	14	52
	El Periódico de Aragón	21	13	62
	El Periódico de Extremadura	26	14	54
Elperiodico.com	Elperiodico.com	7	2	28
	Elperiodicodearagon.com	16	0	0
	Elperiodicoextremadura.com	13	1	8
	Elperiodicomediterraneo.com	12	1	8
Diario de Cádiz	0	0	0	
Diariodecadiz.es	7	0	0	
Total	211	75	35,5	

Fuente: elaboración propia

Como puede verse en la citada Tabla 4, de un total de 211 noticias, 75 presentan autoría:

- *La Voz de Galicia*: de un total de 30 noticias, 11 presentan autoría.
- Lavozdegalicia.es: de un total de 13 noticias, 4 presentan autoría.
- *Heraldo*: de un total de 23 noticias, 13 presentan autoría.
- Heraldo.es: de un total de 16 noticias, 2 presentan autoría.
- *El Periódico*: de un total de 74 noticias, 41 presentan autoría [27 noticias de *El Periódico* –14 noticias con autoría; 21 noticias de El Periódico de Aragón– 13 noticias con autoría; 26 noticias de *El Periódico de Extremadura* – 14 noticias con autoría].
- Elperiodico.com: de un total de 48 noticias, 4 presentan autoría [7 noticias de elperiodico.com –2 noticias con autoría; 16 noticias de elperiodicodearagon.com– 0 noticias con autoría; 13 noticias de elperiodicoextremadura.com– 1 noticia con autoría; 12 noticias de elperiodicomediterraneo.com– 1 noticia con autoría].
- Diariodecadiz.es: de un total de 7 noticias, 0 presentan autoría.

Datos que podemos ver representados de manera porcentual en la Tabla 6 que sigue, donde, salvo en el caso de *El Diario de Cádiz* que, en ningún caso presenta autoría, para todos los periódicos presentan las noticias firmadas, con autores reconocidos con nombres y apellidos, en primer lugar, y por la Redacción, en segundo. En el caso de *La Voz de Galicia*, prácticamente, en ambas versiones, las noticias son firmadas. Sucede lo mismo con las dos versiones de *El Periódico*. Es *Heraldo* el periódico que, aun presentado autoría, refleja un porcentaje menor, siendo superior, sin embargo, en su versión

impresa. No son muchos los casos que responden a firmas de agencia, lo que sucede únicamente en dos casos en la versión impresa de *El Periódico*.

Tabla 6. Autoría de la prensa regional. Autores, Redacción y Agencias de noticias

Medio	Edición	Firmadas	Autor	Redacción	Agencias	% Autor
La Voz de Galicia	Impresa	11	10	1	0	90%
	Digital	4	4	0	0	100%
El Heraldo	Impresa	13	8	2	3	62%
	Digital	2	1	0	1	50%
El Periódico	Impresa	41	31	9	1	75%
	Digital	4	3	1	0	75%
Diario de Cádiz	Impresa	0	0	0	0	0%
	Digital	0	0	0	0	0%

Fuente: elaboración propia

Nos interesa conocer si existe autoría reconocida en la prensa regional porque, pensamos, también es relevante quién escribe y, por tanto, quién firma las noticias sobre la evolución de la población extranjera. Por tanto, y respecto a la contabilidad de la autoría, hemos tomado en consideración, asimismo, quién escribe tales artículos. Si se trata de personas que tratan el tema con asiduidad, si es la redacción quien elabora las noticias o si son las agencias de noticias las encargadas de tales publicaciones.

En su mayoría, las noticias aparecen firmadas con nombres y apellidos, por lo que apenas se recurre a las agencias o a la Redacción para la elaboración de noticias, evitándose así cierto grupismo, lo que no quiere decir que no se atienda a la línea editorial del periódico en cuestión.

Así, si desglosamos la autoría que respecta a cada periódico en autor propio (nombres y apellidos), Redacción y Agencias de noticias:

- *La Voz de Galicia*: de las 11 que presentan autoría, 1 responde a la Redacción (2009). En cuanto a la especialización de los autores, se muestran recurrencias en algunos casos (2006 y 2008) y (2007 y 2015), quienes también aparecen en la versión digital (2018 y 2019), lo que nos lleva a pensar que los posibles especialistas en noticias de esta índole son de reciente incorporación.
- *Lavozdegalicia.es*: de las 4 que presentan autoría, todos tienen nombre y apellidos; y como veníamos diciendo, se presentan recurrencias, también en relación con la versión impresa (2018 y 2019)
- *Heraldo*: de las 13 que presentan autoría, 3 responden a Agencias de noticias; EFE (2003, 2009) Agencias Heraldo (2014) Europa Press y Heraldo (2018). En cuanto a la posible especialización de los autores, en este caso, no hay ninguna coincidencia, en ninguno de los años, lo que nos da idea de que no se trata de personas que tengan una dedicación concreta a la hora de elaborar estas noticias.
- *Heraldo.es*: de las 2 que presentan autoría, 1 presenta nombres y apellidos y 1 responde a la Agencia EFE (2010). Sucede lo mismo que en la versión impresa. No hay ninguna coincidencia de autores en la versión digital.
- *El Periódico*: de las 41 que presentan autoría [de *El Periódico* – de las 14 noticias con autoría, todas presentan nombre y apellidos; de *El Periódico de*

Aragón – de las 13 noticias con autoría, 4 responden a la Redacción (2006, 2013, 2014, 2016); de *El Periódico de Extremadura* – de las 14 noticias con autoría, 4 responden a la Redacción (2003, 2009), Redacción y Agencias (2006; EFE (2014)]. En el caso de *El Periódico*, se presentan recurrencias en lo que respecta al mismo autor de noticias (2004-2008), que es el mismo que escribe, en los mismos años, para *El Periódico de Aragón* (2005 y 2008) y en *El Periódico de Extremadura* (2005). Al mismo tiempo, colabora con este autor, una autora (2006 y 2007) en la elaboración de noticias. Tanto en *El Periódico* como en el de Aragón y en el de Extremadura, otra autora que escribe las noticias aparece de manera repetida (2009 y 2010), lo que, en este último caso (2010) también se extiende a la versión digital de *El Periódico*. En los años siguientes, desde 2011 en adelante, sí que hay recurrencias en cuanto a las personas que escriben las noticias, que son siempre las mismas, y en las tres ediciones.

- Elperiodico.com: de las 4 que presentan autoría [de elperiodico.com –de las 3 noticias con autoría, 1 responde a la Redacción (2010); de elperiodicodearagon.com – no se registra autoría en ningún caso; de elperiodicoextremadura.com – de las 3 noticias con autoría, todas presentan nombres y apellidos; de elperiodicomediterraneo.com – la única noticia con autoría presenta nombres y apellidos]. En este caso, tampoco hay recurrencias en lo que respecta a las noticias. En cada uno de los periódicos digitales, escribe una persona distinta.
- Diariodecadiz.es - de un total de 7 noticias, 0 presentan autoría

La cuarta y última cuestión que hemos analizado tiene que ver con la extensión de la noticia en cada medio^{xii}. El argumento que utilizamos es que dicha extensión puede mostrar la importancia que cada medio le concede a la información que quiere reflejar. Ello nos permitirá hacer comparaciones entre los medios y la extensión que conceden en cada noticia a la información que ha difundido el INE en las *NP* sobre la población empadronada en España.

En la Tabla 7 hemos registrado las noticias de cada medio, la media de noticias por año^{xiii} y la media de palabras que cada medio ha utilizado en el conjunto de todas las noticias publicadas.

Tabla 7. Corpus de noticias indicando su número por medio, la media de noticias por año y la media de palabras del total de las noticias de todos los años en cada medio

Medio	Noticias	Media/año	Media/palabras
El Periódico	27	1,93	352,85
El Periódico de Aragón	21	1,62	364,48
El Periódico de Extremadura	26	1,86	408,23
Heraldo de Aragón	23	1,77	562,83
La Voz de Galicia	30	2,73	410,10

Fuente: elaboración propia

Como nos muestra la Tabla 7, el medio con más noticias (*La Voz de Galicia*) es el que tienen una media de noticias mayor (2,73). En el caso de *La Voz de Galicia* es también el medio que más palabras utiliza en las noticias para relatar la información difundida por el INE. Por su parte, *El Periódico de Aragón* es uno de los que menos media de noticias por año presenta. También cuenta con la menor media de palabras por noticia. Pero también es destacable que, con un

número de noticias menor, como es el caso de *Heraldo de Aragón*, la media de palabras por noticia se sitúa en un segundo lugar con respecto al resto de los medios.

Para un mayor detalle sobre esta cuestión hemos elaborado una nueva Tabla (Tabla 8) en la que presentamos una selección de noticias de los diferentes medios con los que hemos construido el corpus analizado. Esta selección es la de aquellos años en los que la extensión medida en número de palabras ha sido mayor. En todos los casos hemos seleccionado una extensión que ha superado las mil palabras.

Tabla 8. Selección de medios y noticias de años concretos y extensión total de todas ellas.

Medio	Año	Media/noticias	Media/extensión
El Periódico	2006	7	1883
El Periódico	2007	3	1182
El Periódico	2014	2	1002
El Periódico de Aragón	2006	3	1321
El Periódico de Aragón	2013	3	1100
El Periódico de Extremadura	2006	2	1065
El Periódico de Extremadura	2014	2	1096
El Periódico de Extremadura	2017	3	1086
Heraldo de Aragón	2003	2	1235
Heraldo de Aragón	2010	2	2621
Heraldo de Aragón	2011	4	1322
Heraldo de Aragón	2015	2	1127
Heraldo de Aragón	2017	2	1490
La Voz de Galicia	2005	3	1000
La Voz de Galicia	2006	3	1140
La Voz de Galicia	2007	3	1016
La Voz de Galicia	2009	5	1343
La Voz de Galicia	2010	2	1740
La Voz de Galicia	2014	2	1178
La Voz de Galicia	2019	2	1043

Fuente: elaboración propia

Como pueda verse, de los ocho años/medio que más extensión tiene, en cuatro ocasiones aparece *Heraldo de Aragón*, al que ya nos hemos referido como alta extensión, aunque menor número de noticias. También destaca, aunque con menor número de palabras *La Voz de Galicia*. Por otro lado, se debe señalar que son los años 2006 y 2010 aquellos en los que la media de extensión es más abultada, lo que coincide con los años en los que en mayor medida se utilizó la palabra “inmigración” para construir la noticia sobre los datos poblacionales facilitados por el INE en la *NP* estudiadas del Padrón Municipal de Habitantes.

Discusión

Como ya hemos explicado, hemos construido un corpus de noticias a partir de las publicaciones en prensa de la información recogida en la *NP* que publica anualmente el INE sobre población en España. Se analizaron en otras publicaciones un total de 17 años de *NP* (García y Castillo, 2023). En dichas *NP* se ponía un especial énfasis en la presencia de población de nacionalidad

extranjera. Por ello nos ha parecido interesante analizar cómo se reflejaba ese énfasis en las noticias que posteriormente a las *NP* construía la prensa.

El corpus construido ha supuesto un total de 211 noticias repartidas entre medios impresos (127 noticias) y medios digitales (84 noticias de un total de cuatro cabeceras de periódicos (*Diario de Cádiz*, *El Periódico*, *Heraldo de Aragón* y *La Voz de Galicia*). De dicho corpus se ha prestado atención a cuatro cuestiones que nos han parecido relevantes: la referencia en el titular y en el contenido a la palabra “extranjero” o a la palabra “inmigrante, a la sección en la que se ubicaba cada noticia, a la autoría de esta y la extensión, medida en número de palabras de la noticia publicada.

Sobre el uso de la palabra “extranjero o “inmigrante” hay que decir que resulta relevante en la medida que la *NP* del INE con la que se construye cada una de las noticias de nuestro corpus se refiere a la población en España partir del Padrón Municipal de Habitantes. Aunque en ellas se hace un análisis de la población de nacionalidad extranjera, no se alude a la población inmigrante ni a los movimientos migratorios. Pues bien, las personas que construyen las noticias entienden que cuando se habla de población extranjera se refieren a “inmigrantes” y así lo reflejan en los titulares de las noticias en especial en la prensa impresa, aunque no en la prensa digital. Uno de cada dos titulares de la prensa impresa utiliza en el titular la palabra inmigrante, aunque en las *NP* del INE no se menciona salvo en una ocasión y de manera muy tangencial en las 17 *NP* analizadas. Es de destacar que el uso de la palabra “inmigrante” en los titulares de la noticia se circunscribe sobre todo a la mitad de la primera década el siglo XXI.

En el caso del cuerpo de texto la presencia de la palabra “inmigrante” es más notable. Todos los medios lo utilizan y, de nuevo, la mayor utilización se circunscribe a las fechas ya señaladas. En especial en el año 2006. Se trata de fechas importantes para la población extranjera en España y para la población inmigrante. Un año antes, en 2005, se desarrolló un proceso de normalización (tradicionalmente denominados de “regularización”) que permitió que más de 600.000 personas de nacionalidad extranjera obtuvieran un permiso de residencia sin necesidad de salir de España. Pero en toda la década primera del siglo XXI se construyó gran parte del edificio demográfico en términos de inmigración en España. Según los datos aportados por el INE, el 1 de enero de 2000 el porcentaje de población de nacionalidad extranjera en el Padrón Municipal de Habitantes era del 2,3%. En el año 2003, cuando comienza nuestra serie de análisis de las *NP* era ya del 6,2%. El año 2006, año en el que las noticias de nuestro corpus más utilizaron la palabra “inmigrante” para reflejar los datos que habían obtenido de las *NP* del INE, el porcentaje era ya del 9,27. Al final de la primera década del siglo XXI el porcentaje ascendía al 12,2%. Se entenderán entonces las razones para hablar de un cambio demográfico importante en España y relacionarlo con la llegada de inmigrantes. Todo ello quedó reflejado en la prensa. EL INE lo presentó hablándonos de población extranjera, la prensa habló directamente de población inmigrante.

La segunda cuestión que hemos analizado es la ubicación de las noticias de nuestro corpus en las diferentes secciones de cada uno de los medios.

Nuestro interés en este caso se concreta en saber si las cifras de población que presentan las noticias tienen un espacio fijo en los medios y si esos espacios se mantienen a lo largo del tiempo. Las evidencias nos muestran que no y que, aunque existe alguna tendencia, los periódicos tienden a colocar estas noticias en diferentes secciones sin que sugieran un criterio claro y estable. Es probable, pero se necesitarían otras evidencias empíricas para afirmarlo rotundamente, que la cierta novedad del fenómeno (ya hemos mencionado cuando se producen los grandes cambios demográficos) como la confusión de mezclar la presencia de población de nacionalidad extranjera en España con los flujos migratorios, esté ejerciendo ese baile de ubicación de estas noticias entre las diferentes secciones de los medios.

Una cierta relación con lo anterior es la tercera cuestión analizada del corpus de noticias. Nos referimos a la firma o autoría de cada noticia. Como hemos mostrado, tan solo una de cada tres noticias tiene una autoría de persona concreta. Solo destaca en este punto el dato de que *Heraldo de Aragón*, *El Periódico* y *El Periódico de Extremadura* presentan más de una de cada dos las noticias con autoría. Por su parte, en *El Periódico de Aragón*, superan el 60% las noticias con autoría. Todo ello parece evidenciar la ausencia de especialistas en la materia de las noticias. Algo esperable en prensa del ámbito regional en el que los recursos humanos de los medios no suelen abultarse. De cualquier manera, la crisis de la prensa también está evidenciando la precarización de los trabajos de las personas profesionales del periodismo y en estas circunstancias no cabe esperar la existencia de especialistas en la materia. Aunque en todos los casos no se repite la firma del mismo autor o autora a la largo de los años en más de dos o tres ocasiones. De nuevo la ausencia de personas especializadas pueda estar relacionado, aunque no solo, con la relativa novedad del tema.

Por último, la cuarta cuestión a la que hemos prestado atención ha sido la extensión de las noticias. Ya hemos dicho que la extensión puede mostrar la importancia que cada medio le concede a la información que quiere reflejar. En este caso hemos combinado la extensión en número de palabras de cada noticia y el número de noticias que aparecía en cada medio impreso fruto de las NP del INE (ya hemos aclarado que una misma NP podía dar lugar a que un mismo medio construyera con ella más de una noticia). En este punto ha destacado la extensión de las noticias en *Heraldo de Aragón* que, además, coincide con el de mayor número de noticias con autoría concreta. No es el que más noticias construye a partir de las NP (será en este caso *La Voz de Galicia*), pero destaca como en el año 2010 con una media de palabras en las noticias muy por encima del resto de los medios. De cualquier manera, aquí de nuevo nos aparecerá que en el año 2006 coinciden más medios teniendo una extensión mayor en las noticias de nuestro corpus, lo que denota la importancia del asunto tratado a tenor de la extensión dedicada. Se debe tener en cuenta que en medios como los consultados, con estructuras por página de entre tres y cinco columnas, una extensión media de noticias que supere las 1300 palabras se está acercando a más de dos tercios de una página. Una extensión superior supone que la noticia o noticias publicadas han tenido la cobertura de una página completa del periódico. En este punto resulta importante recordar que en las fechas de mayor

extensión de las noticias (2006), el Centro de Investigaciones Sociológicas^{xiv} indicaba en su barómetro mensual que un 35,9% de la población entrevistada consideraba a la inmigración como un problema.

Conclusiones / Reflexiones finales

Con lo planteado hasta aquí estamos en condiciones de reflexionar en una línea de diálogo entre lo planteado en la introducción de este trabajo y los datos empíricos mostrados. Y una de las primeras reflexiones tiene que ver con esa capacidad de los medios para indicarnos “en qué pensar” y completarlo con “cómo pensar”. Ya hemos indicado cómo las investigaciones muestran desde hace tiempo que los medios influyen en la importancia percibida por las audiencias sobre determinados asuntos. Parece razonable pensar que una preocupación por la inmigración como la que refleja que una de cada tres personas considere la inmigración un problema, está relacionada con la cobertura mediática que se le da al asunto. Aunque en este punto queremos añadir que además de la posibilidad de marcar agenda de opinión y, a veces, agenda política, la situación no está reñida con la consideración de que los medios también acompañen o tutelen la agenda de los ciudadanos y ciudadanas. Es decir, los medios también satisfacen las opiniones de aquellas personas fieles que se mantienen informadas a través de sus medios. Medios y audiencias se retroalimentan en la construcción de las agendas, aunque la capacidad de los medios puede resultar mucho más evidente y de mayor impacto.

Una cuestión que no podemos dejar pasar por alto en este “juego” de influencias es la inestimable colaboración de los poderes, incluidos los llamados “poderes públicos”. Con el simple ejercicio del etiquetaje que supone la contabilidad que nos ofrece un organismo gubernamental encargado de las estadísticas oficiales, ya se nos está marcando la agenda. El Estado lo hace con estas estadísticas padronales y se encarga e incide sobradamente sobre las diferencias entre población de nacionalidad extranjera y población general. No necesita decir que son nacionales, sino que basta con conocer la existencia de los “otros”, quienes son diferentes, las personas extranjeras. Son las mismas personas que los medios convierten en población inmigrante. Y aquí las investigaciones ya han mostrado que la visibilidad de la inmigración en los medios de comunicación aumenta las actitudes anti-inmigración del público e incluso el comportamiento con conductas violentas. En este punto, también algunas investigaciones han mostrado como una mayor cobertura de los medios sobre el fenómeno de la inmigración ha provocado un aumento en los votantes de partidos de extrema derecha, razón por la cual hacen del discurso anti-inmigración una de sus señas de identidad.

Pero lo que no debemos perder de vista en este asunto es que con el etiquetaje del “otro” lo que realmente se está promoviendo es el marcador del “nosotros”. Como ya aludíamos en la introducción, el asunto que tratamos también tiene que ver con los procesos de identificación. Por un lado, el Estado, a través de un organismo gubernamental, identifica quiénes forman parte de la ciudadanía y quiénes no. Por otro lado, los medios se hacen eco de

esas informaciones que construyen noticias de fácil digestión para esa ciudadanía remarcando esa diferencia entre “nosotros” y “no nosotros”. El escenario no es otro que el de los procesos de construcción de la diferencia como una forma de organización social, de gestión de la diversidad. El problema surge cuando esa diferenciación es ordenada jerárquicamente y pasa a presentar una distancia tan insalvable que se torna en discriminación. En el caso de la población inmigrante parece evidente que es el escenario en el que nos encontramos. Tanto desde el Estado como desde los medios de comunicación, el objetivo de la gestión de la diversidad construyendo diferencias es el objetivo. Poderes aliados que suelen compartir metas.

Notas

ⁱ El presente texto se integra en un proyecto más amplio titulado Agenciamientos Políticos, Interculturalismos y (Anti)Racismos en Andalucía (APIARA). Se trata de un proyecto de I+D+i en el marco del Programa Operativo FEDER 2020. Agradecemos a la Unión Europea, la Junta de Andalucía y la Universidad de Granada la financiación para el desarrollo de este.

ⁱⁱ El estudio comprende el período que inicia en 2002, dado que es la fecha de publicación de la primera Nota de Prensa, emitida por el Instituto Nacional de Estadística de España. La investigación cursará hasta 2019, que se elige como fecha de fin, por dos razones. En primer lugar, se considera el último año antes de la pandemia global, por lo que pensamos, es más relevante analizar las noticias hasta entonces, para que este contexto no perturbe el estudio que nos compete. Asimismo, y, en segundo lugar, pensamos que es un año adecuado para detener la investigación dada la fecha de fin de la misma, así como porque la muestra ya ofrece un volumen de datos adecuado. De este modo, podremos realizar un estudio comparativo más concreto y que no obstaculice el final de la investigación de los estudios de Doctorado.

ⁱⁱⁱ Si pensamos en marcos mentales, no podemos obviar a Van Dijk (2010) cuando hace alusión a cómo estos encuadres (*framing*), crean imaginarios colectivos que resultan ser legítimos cuando emergen de discursos hegemónicos. Los estudios que miden los efectos de los encuadres se suelen dividir, según Sommier, Dortant y Galy-Badenas (2018), en dos líneas principales de investigación, ya sea explorando la agenda política (es decir, en qué medida el discurso de los medios sobre los inmigrantes afecta a las decisiones políticas y/o las elecciones) o las percepciones públicas de los inmigrantes (es decir, en qué medida el discurso de los medios sobre los inmigrantes afecta a las actitudes de las personas hacia los inmigrantes). Esto que decimos será de especial importancia en el análisis que pretendemos hacer cuando se traslada la información sobre la presencia de la población extranjera en España al marco noticioso de la prensa.

^{iv} Bañón Hernández (2002: 357) expone como el discurso reivindicativo generado por “ellos”, por el exogrupo, se percibe como un discurso desestabilizador que se encuentra mermado mediáticamente en su proceso de transmisión. En cambio, el discurso generado por “nosotros”, el endogrupo, se transfiere como un discurso dominante. Aquí los medios juegan un papel principal pues como expondría Enrique Santamaría (2002: 167-168), “la eficacia social del discurso sonoro y flotante sustenta la capacidad para objetivar, esencializar, cosificar, instituir e implantar en lo real aquello de lo que habla”.

^v Para comprender mejor las NP el análisis lo hemos realizado de un total de 17 (desde 2002 a 2019).

^{vi} Es muy relevante conocer que en el total de las 17 NP del INE solo en una ocasión se utilizó la palabra “inmigrante” para referirse a una determinada población. En todas las NP la diferenciación poblacional que se hace se sirve del término “extranjero”.

^{vii} En una amplia revisión de la literatura científica sobre medios de comunicación y migración (Eberl *et al.*, 2018) se nos advertía de los pocos estudios hasta la fecha usando como corpus de noticias los publicados en medios digitales. Es por ello por lo que nos hemos decidido a incluirlos y tratar de suplir esa ausencia.

viii No se han encontrado resultados de noticias relativas a la investigación para la búsqueda del grupo Prensa Ibérica, por lo que no se ha considerado su análisis. La primera búsqueda ha sido *La Nueva España* (primero en el ranking de tirada regional) y en ninguno de los años del período seleccionado para este periódico. Tampoco se han encontrado resultados para los diarios situados inmediatamente después en el ranking de mayor audiencia (*La Provincia*, *Levante*, *Canarias*⁷, *La Opinión*, entre otros), y que no son coincidentes con los anteriores grupos mediáticos ya referidos.

^{ix} Disponible en <http://ugr.mynews.es/> [último acceso en octubre de 2022]

^x Dadas las recurrencias localizadas en algunos medios debido a las ediciones de cada provincia y/o municipio, sólo hemos considerado una de las noticias, cuando el texto era exactamente el mismo. El diario que ha presentado más recurrencias ha sido *La Voz de Galicia*, tanto en su edición impresa como en papel, pero, sobre todo, en esta última.

^{xi} Es importante resaltar una de las conclusiones a las que llegaban Sommier, Dortant y Galy-Badenas (2018) en una revisión de la literatura sobre medios de comunicación y migraciones en las que analizaban un total de 98 artículos relevantes sobre el campo producidos entre 2001 y 2016. Ellas nos decían que la gran mayoría de los estudios analizaban el contenido de los medios y muy pocos investigaban los procesos asociados a su producción. Añadían que la escasez de estudios que analicen cómo los profesionales de los medios de comunicación toman decisiones y reflexionan sobre sus opciones profesionales urge a futuras investigaciones que conecten el discurso mediático con prácticas editoriales y periodísticas concretas. Y esta es parte de la línea de trabajo que pretende dar continuidad a este que aquí presentamos. Por falta de espacio no entramos ahora en ese campo, pero nos resulta relevante señalar la importancia del trabajo que venimos haciendo con algunos periodistas para saber las formas de construcción de la noticia.

^{xii} En esta ocasión nos hemos limitado a los medios impresos. La forma de facilitar la información por parte de la plataforma *My News* no permite hacer los cálculos de extensión que hemos realizado para los medios impresos de igual manera que para los digitales. Además, aunque se pudiera comparar el número de palabras entre los diferentes soportes, no sería de igual consideración en lo que respecta a la extensión en su representación física en el medio impresión (ocupación de un espacio determinado en una página impresa)

^{xiii} Debe saberse que la misma información difundida por el INE cada medio la ha presentado construyendo una o más noticias en el mismo día.

^{xiv} El Centro de Investigaciones Sociológicas es un organismo público dependiente del Gobierno de España que tiene como objetivo principal el estudio de la sociedad española, labor que viene desarrollando desde 1976. Sus barómetros se pueden consultar en https://www.cis.es/cis/open/cm/ES/11_barometros/index.jsp

Referencias

- Anderson, B. (1983).** *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Bañón Hernández, A. M. (2014).** Medios de comunicación e inmigración. Aproximación a una línea de investigación consolidada. En C. Blanco Fernández de Valderrama (Ed.), *Movilidad humana y diversidad social en un contexto de crisis económica internacional*. Madrid: Trotta, pp. 111-135.
- Bañón Hernández, A.M. (2004).** La representación periodística de los inmigrantes y la enseñanza del análisis crítico del discurso. *Glosas Didácticas*, 12, 127-142.
- Barth, F. (1976).** *Introducción*. En *Los grupos étnicos y sus fronteras* (pp. 9-49). México: Fondo de Cultura Económica.

-
- Brubaker, R., & Cooper, F. (2000).** Beyond «Identity». *Theory & Society*, 29, 1-47. <https://doi.org/10.2307/3108478>
- Buraschi, D.; Fumero de León, I. (2019).** La representación del fenómeno migratorio en la prensa escrita de Tenerife. Universidad de La Laguna, OBITen Factsheet 3-2019, 1-9. <https://doi.org/10.25145/r.obitfact.2019.08>
- Capellán, G. (2008).** *Opinión pública. Historia y presente*. Madrid: Trotta.
- Castillo, A.; García Castaño, F.J. (2023).** ¿Por qué nos interesa tanto la población extranjera? El caso de las Notas de Prensa del INE y la representación social de las migraciones como construcción de la diferencia. *Gazeta de Antropología*, 39 (1), artículo 04.
- Fernández, E. (2008),** en: Martínez Lirola, María (Ed.) *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante : Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert.
- Chakour, T.; Portillo Fernández, J. (2018).** La interpretación inferencial y los espacios mentales en el discurso mediático sobre inmigración en España. *Revista de Humanidades*, 33, 3-86.
- Cisternas Irrarázabal, C. (2019).** *Marcador étnico: discursos de autoridades de La Araucanía (Chile) sobre el mapudungún*. Estudios Sociológicos De El Colegio De México, 38(112), 39-72. <https://doi.org/10.24201/es.2020v38n112.1691>.
- Cotán, Fernández, A. (2020).** *El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales*. [Tesis doctoral]. Universidad de Cádiz.
- Eberl, J.-M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., Berganza, R., Boomgaarden, H. G., Schemer, C., & Strömbäck, J. (2018).** The European media discourse on immigration and its effects: a literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207-223. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1497452>
- Estrada Villaseñor, G.C. (2017).** *La categoría inmigrante en la prensa española* [Tesis Doctoral] Universidad Pontificia de Comillas.
- Fajardo Fernández, R.; Soriano Miras, R. (2017).** La construcción mediática de la migración en el Mediterráneo: ¿no-ciudadanía en la prensa española? *Revista Internacional de Estudios Migratorios*, 6 (1), 141-169.
- Fernández Guerrero, O. (2015).** *Lévinas y la alteridad: cinco planos*. Brocar. Cuadernos de investigación histórica, N. 39. Universidad de La Rioja.
- García Abad, R. (2003).** *Un estado de la cuestión de las teorías de las migraciones*. *Revista Historia Contemporánea* 26, 2003, 329-351. Universidad del País Vasco.
- Giménez, G. (2007).** *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Conaculta.
- Gupta, A., y Ferguson, J. (1997).** *Más allá de la "cultura". Espacio, identidad y las políticas de la diferencia*. *Antípoda*, 7, 233-256.

-
- Hall, S. (2003).** *Introducción: ¿quién necesita identidad?* En Hall, Stuart, y Du Gay, Paul (eds.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Jullien, F. (2017).** *La identidad cultural no existe*. Madrid: Taurus.
- Malthus, R. T. (1966).** *Primer ensayo sobre la población*. Madrid: Alianza.
- Mauss, M. (1991).** "Ensayo sobre el don"; en *Sociología Y Antropología*, 155-263. Madrid: Tecnos.
- Maxwell, E.; McCombs, y Shaw, Donald, L. (1972).** *The agenda-Setting function of mass media. The Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, No 2 (Summer, 1972), pp. 176-187. Oxford University Press. En *American Association for Public Opinion Research*.
- Notas de Prensa.** Madrid: Instituto Nacional de Estadística (2003-2019).
- Rinken, S. (2015).** *Actitudes hacia la inmigración y los inmigrantes: ¿en qué es España excepcional?* *Revista Migraciones* 3. <https://doi.org/10.14422/mig.i37.y2015.003>
- Sádaba, T. (2001).** *Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación*. *Communication & Society*, XVI (2), 143-175.
- Salmon, C. (2019).** *Una sociedad pilotada por medias verdades va directa al abismo*. *El País* (10-11-2019). https://elpais.com/cultura/2019/11/10/actualidad/1573391471_239332.html
- Santamaría Lorenzo, E. (2002).** *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la "inmigración no comunitaria"*. Barcelona: Anthropos.
- Smets, K., Leur, K., Georgiou, M., Witteborn, S., & Gajjala, R. (Eds.). (2020).** *The SAGE Handbook of Media and Migration*. SAGE Publications Inc.
- Sommier, M., Dortant, W., & Galy-Badenas, F. (2018).** Migration and migrants within and to Europe: Reviewing media studies of the past decade (2001-2016). En S. M. Croucher, J. R. Caetano, & E. A. Campbell (Eds.), *The Routledge Companion to Migration, Communication, and Politics* (pp. 169-183). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315164472-13>.
- Zapata Barrero, R.; Van Dijk, T. (2007).** *Discursos sobre la inmigración en prensa. Los medios de comunicación, los parlamentos y las Administraciones*. Interrogar la actualidad. Serie Migraciones. CIDOB: Bellaterra. 978-84-87072-78-9.
- Van Dijk, T.A. (2016).** Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222.
- Van Dijk, T.A. (1999).** *Análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.
- Van Dijk, T.A. (1988).** El discurso y la reproducción del racismo. *Lenguaje en contexto*, 1, (1-2), 131-180.

Nota biográfica

	<p>Ariet Castillo Fernández</p> <p>Investigadora predoctoral con contrato FPU (FPU17/05600), financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (España), y profesora en el Departamento de Antropología Social, Facultad de Filosofía y Letras (UGR) y en el Instituto de Migraciones (UGR). Investigación doctoral en curso en el Programa de Estudios Migratorios (UGR), sobre representación mediática de las migraciones con estancia internacional doctoral (UDES, COLOMBIA). Graduada en Antropología Social y Cultural (UNED) con Máster en Antropología y sus aplicaciones (UNED). Graduada en Antropología Social (UNED) con estancia iberoamericana (UV, MÉXICO) financiada por Beca Grado Banco Santander. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UCM).</p> <p>-Castillo, A y García Castaño, J (2023). ¿Por qué nos interesa tanto la población extranjera? El caso de las Notas de Prensa del INE y la representación social de las migraciones como construcción de la diferencia. <i>Gazeta de Antropología</i></p> <p>E-mail: arietcastillo@ugr.es</p>
	<p>Francisco Javier García Castaño</p> <p>Doctor en Filosofía y Letras (1989) (UCM), en la actualidad es Catedrático de Antropología Social en el Departamento de Antropología Social (UGR), institución en la que desarrolla su labor desde 1984.</p> <p>Sus trabajos de investigación se centran en la construcción de la diferencia y la escuela en contextos migratorios.</p> <p>E-mail: fjgarcia@ugr.es</p>