



de Estudios Internacionales y Estratégicos

La imagen de España en la inmigración europea y latinoamericana

Mercedes Maderuelo

Documento de Trabajo (DT) 37/2005

23/8/2005

La imagen de España en la inmigración europea y latinoamericana

Mercedes Maderuelo *

Resumen: Hasta la fecha son muchos los estudios académicos que han elegido como objeto de análisis la imagen que se tiene de España fuera de sus fronteras¹ y, a través de ellos, se ha podido conocer qué es lo que piensan europeos, americanos y asiáticos sobre nuestro país. Sin embargo, ¿cuál es su percepción cuando conocen realmente España? ¿Qué es lo que opinan cuando, en vez de ser encuestados como extranjeros en sus países de origen, se les sondea sobre el particular ya como emigrantes? ¿Su percepción es la misma o, por el contrario, se ve modificada? Y de ser así, ¿en qué sentido se produce este cambio?

En el siguiente documento se analiza cuál era la imagen que iberoamericanos y europeos tenían de España antes de conocer el país y en qué medida han podido producirse modificaciones respecto a su primera impresión. Los cambios de opinión, las fuentes y canales de información y comunicación, así como factores determinantes como la formación académica o el nivel socioeconómico, entre otros, son abordados para profundizar sobre el porqué de los posibles cambios y, en la medida de lo posible, ahondar en sus causas.

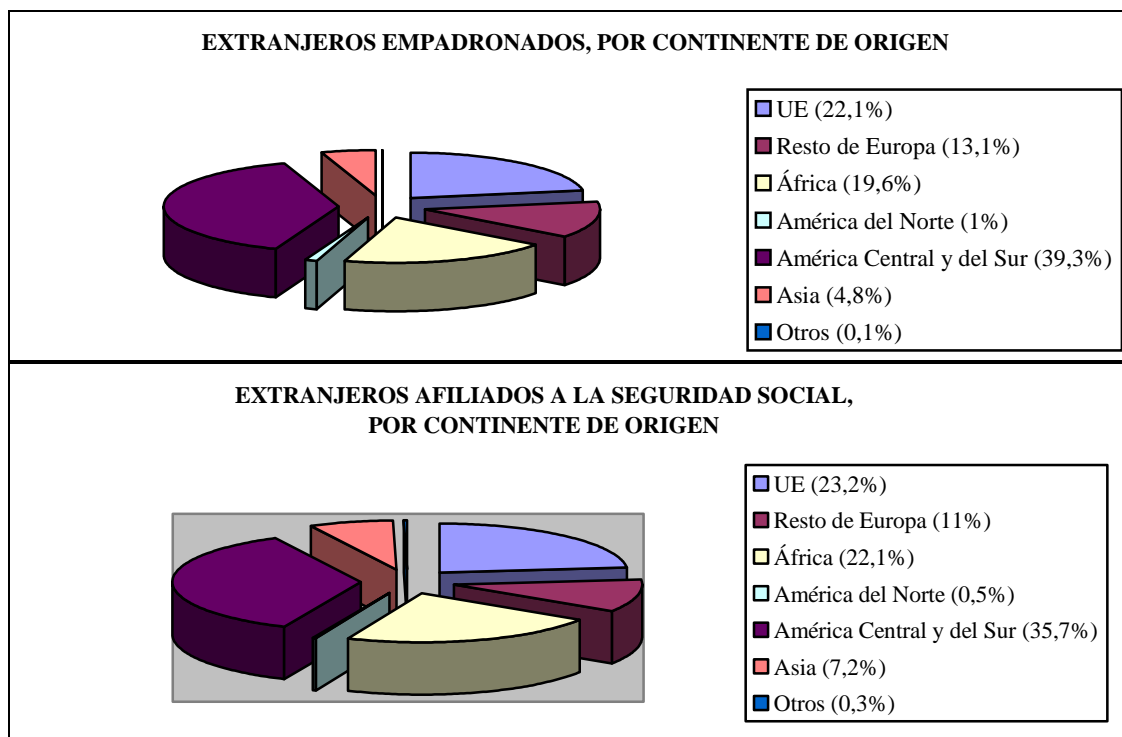
Introducción

A pesar de que la inmigración ha sido siempre una constante en España, la globalización ha contribuido a que este fenómeno se haya incrementado sensiblemente en comparación con los primeros años de la década de los ochenta, momento en el que nuestro país comienza a abrirse al exterior, tras el fin de la dictadura franquista. Y es precisamente por todo esto por lo que es ahora cuando el Gobierno central está abordando el tema como una verdadera política de Estado.²

*

¹ En los últimos años se han incrementado sensiblemente las investigaciones que tienen como objeto de estudio la imagen de España. En este sentido, el Real Instituto Elcano viene jugando desde hace tiempo un papel muy importante como centro en torno al que se llevan a cabo análisis y estudios a cargo de investigadores de prestigio. Así, por ejemplo, Javier Noya ha enriquecido este campo en los últimos años a través de diversos trabajos de investigación en los que se toma el pulso a la cuestión. De entre ellas destacan algunas como *La nueva etapa de la marca España*, *La imagen de España en el exterior*, *La imagen de Europa*, *La imagen de Francia, Alemania y España en los Estados Unidos* o *La imagen de América Latina: resultados del Latinobarómetro 2004*.

² Según los datos del último padrón de habitantes de nuestro país, la población extranjera total ascendía a 2.664.168 personas y alcanzaba el 6,24% del total de la población, siendo los procedentes de países no comunitarios 2.076.042, es decir, el 77,9% del total de extranjeros registrados en el padrón y el 4,9% de la población total española.



La llegada masiva de personas extranjeras a España ha provocado situaciones hasta ahora desconocidas en nuestro país. Inmigrantes procedentes de todas las parte del globo vienen con el objetivo de mejorar su situación económica o, al menos, alcanzar un nivel de vida aceptable. Sin embargo, los roces iniciales provocados por el contraste de culturas, así como los problemas que provoca irremediamente cualquier traslado de población, hacen que el ajuste entre los que vienen con los que están no sea, en ocasiones, todo lo fácil que se quisiera por las autoridades españolas competentes. Y esto ha sido precisamente lo que ha provocado la reacción tanto del Gobierno central como de los autonómicos. Ambas administraciones tienen actualmente en marcha políticas de diferente tipo con el único objetivo de, en la medida de lo posible, reducir lo que en este estudio podría denominarse como “choque de culturas”.

No obstante, aquí cabría preguntarse una cosa más. Se trataría de determinar si las políticas actuales de inmigración para reducir su impacto en España deberían continuar por el camino seguido hasta la fecha, es decir, actuar única y exclusivamente una vez que se encuentra este fenómeno localizado en territorio español o, por el contrario, debería atajarse mucho antes, a través de medidas y campañas de información en los países de origen de la población inmigrante.

Los resultados del presente trabajo demuestran que la información que poseen los inmigrantes sobre España carece de realismo. La desproporción entre lo que se espera con lo que realmente se encuentra, hace que eso que se ha denominado en líneas anteriores como “choque de culturas” no se atenúe, sino todo lo contrario, se acentúe, y de forma preocupante.

El presente trabajo tiene como principal objeto de estudio el cambio de percepción de la imagen de España que experimentan los inmigrantes iberoamericanos y europeos procedentes de la Unión Europea (UE) una vez que conocen de forma directa nuestro país. Para ello, se han realizado un total de 105 encuestas (63 a inmigrantes iberoamericanos y

52 a inmigrantes comunitarios), en el que se ha tomado el pulso a diferentes cuestiones de interés para el tema que nos ocupa. Así, se ha ahondado en aspectos tales como las fuentes y canales de información empleadas para el conocimiento previo de España, el nivel de estudios y de formación, el lugar de origen, etc. Para todo esto, se elaboró un cuestionario tipo³ en el que se solicitaban los siguientes datos: lugar de procedencia, formación académica, ocupación, tipo de contrato, tiempo que llevaban en España, motivo por el que se encontraban en España, imagen que tenían de España antes de llegar al país, medios a través de los que se formaron la imagen que tenían de España, saber si su percepción de España había cambiado después de conocer nuestro país y, en caso afirmativo, conocer en qué sentido se produjo esa modificación (positivo o negativo).

La hipótesis de partida era que los sujetos objeto del estudio conocían previamente España antes de llegar a nuestro país a través de diferentes y diversas fuentes de información, tales como los medios de comunicación de masas (prensa, radio y televisión), amigos, familiares, publicidad, etc. También se partía de la hipótesis de que muchos de ellos aportarían otras fuentes que no les fueran citadas en la encuesta, sobre todo las de carácter oficial, lo que propiciaría la posibilidad de tomar el pulso a la labor desempeñada por la administración pública española más allá de nuestras fronteras.

En el primer apartado se aborda de forma general el trabajo que ha llevado y lleva a cabo España más allá de sus fronteras. Se hace un repaso a cómo, tras el fin de la dictadura franquista, los diferentes gobiernos se lanzaron hacia el exterior con el único objetivo de acabar con el aislamiento que había predominado durante décadas. Se analiza la labor del principal interlocutor en esta labor, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, así como sus principales líneas de trabajo, ante todo de cara a Iberoamérica y la Unión Europea (UE).

El segundo y tercer apartado se dedican al procesamiento estadístico de los datos proporcionados por los 105 encuestados (62 iberoamericanos y 53 comunitarios), a quienes se les ha sondeado sobre la imagen previa que tenían de España antes de conocer el país, así como en qué medida ha podido cambiar o mantenerse esa percepción inalterable. También se han introducido aquí otra serie de datos de gran relevancia, por las posibles implicaciones que pudieran haber tenido en la orientación final de las posturas iniciales, tales como el grado de formación, tiempo de estancia en España, etc.

Por lo que respecta al cuarto apartado, sigue básicamente el patrón de los dos anteriores, sin embargo, se va más allá y se ha procedido a una comparación de los resultados estadísticos obtenidos entre los encuestados iberoamericanos y los comunitarios.

Finalmente, en el último apartado se abordan las conclusiones generales a las que se ha llegado tras el estudio pormenorizado de los datos, tanto de forma independiente, como de manera cruzada entre los diferentes grupos sociales objeto de este estudio. Asimismo, y a la luz de los resultados logrados, se han añadido a continuación una serie de recomendaciones para la implementación de posibles políticas que pudieran servir para suplir la falta de conocimiento de la realidad española fuera de sus fronteras.

³ Véase el Anexo.

La labor de España más allá de sus fronteras

Desde que se puso fin al aislamiento internacional que España sufrió durante el régimen franquista, los diferentes gobiernos democráticos se han esforzado en impulsar la imagen del país más allá de sus fronteras. El principal interlocutor en este ámbito ha sido, desde siempre, el Ministerio de Asuntos Exteriores⁴ que, con el paso de los años, se ha ido adaptando a los nuevos tiempos y a las nuevas necesidades de una realidad dinámica y cambiante, sometida a continuos vaivenes por los efectos de la globalización.

Si en los primeros años de la Transición su objetivo principal fue el de la normalización de las relaciones internacionales, durante los últimos lustros se han intensificado otra serie de líneas políticas, tales como la de dar a conocer la imagen de España más allá de sus fronteras. Ahora bien, ¿hasta qué punto sus actuaciones han alcanzado este objetivo? ¿Se ha logrado dar a conocer la realidad española en sus diferentes vertientes? ¿Ha logrado transmitir una imagen real y fidedigna de la cultura, Historia o la forma de vida de nuestro país en áreas tales como Iberoamérica o Europa?

Para poder responder a estas cuestiones, es importante no perder de vista las diferentes políticas puestas en marcha por los sucesivos gobiernos españoles en las zonas anteriormente citadas.

Las políticas de España hacia Iberoamérica

Iberoamérica ha sido, y con diferencia, uno de los focos de mayor preocupación de la política exterior española. Desde el inicio de la democracia, todos los gobiernos, independientemente de su orientación política, han tenido en su agenda internacional un capítulo específico y exclusivo para este área geográfica. Este especial interés, no obstante, no debe extrañar, y menos si se tienen en cuenta las fuertes raíces históricas que unen a la comunidad española con la iberoamericana. Uno de los mejores ejemplos de estas políticas son las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, que vienen celebrándose anualmente desde 1991, como mecanismo multilateral de diálogo, concertación y cooperación entre los Estados de lengua española y portuguesa de América y Europa y que, a día de hoy, se halla en un proceso de redefinición.⁵

Sin embargo, ¿ha sabido España transmitir realmente su imagen hacia el exterior? ¿Ha encontrado la clave a través de la que trasladar el verdadero significado y alcance de nuestro país más allá de nuestras fronteras? La tarea parece sencilla si se tiene como único parámetro de referencia el de los lazos históricos comunes. Sin embargo, esto no es más que una visión reduccionista. Si bien es cierto que ambas áreas comparten el arma por excelencia de la comunicación, la lengua, hay otros muchos factores que hacen que las diferencias sean bastante acusadas. Elementos como la mentalidad o la forma de ser, e

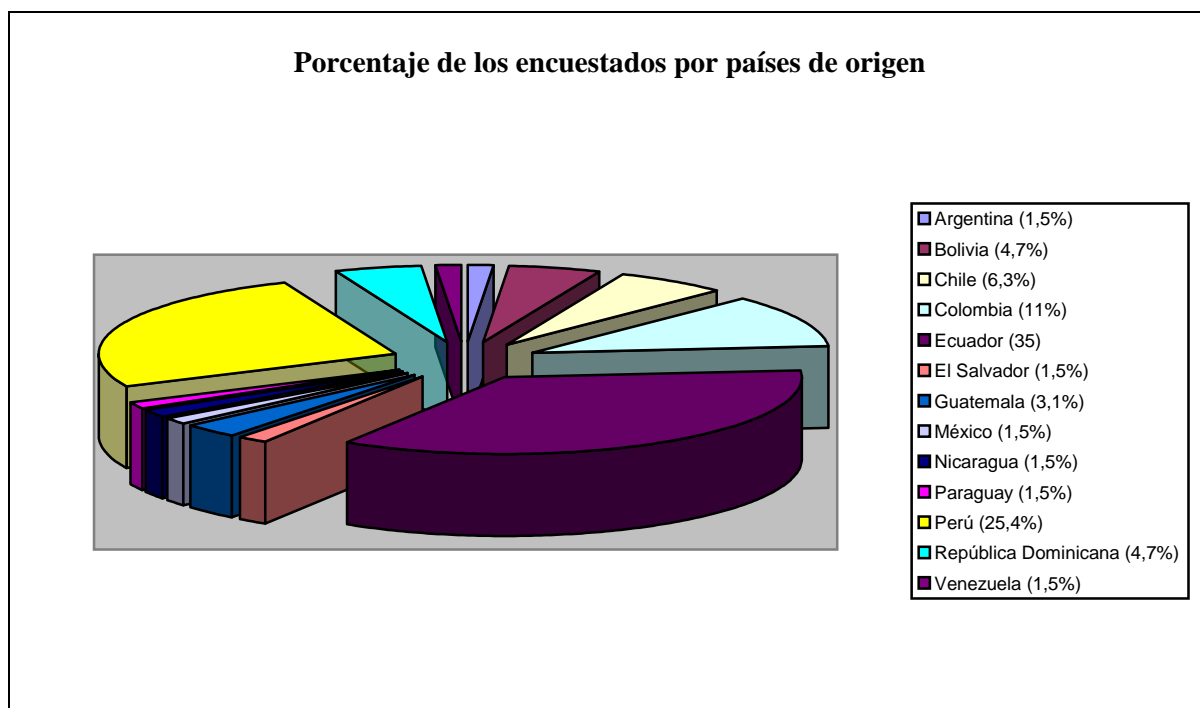
⁴ El actual Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación tiene entre sus objetivos y funciones los de planificar, dirigir, ejecutar y evaluar la Política Exterior del Estado; concertar y potenciar las relaciones de España con otros Estados y con las Organizaciones Internacionales; fomentar las relaciones económicas, culturales y científicas de España; dirigir la Política de Cooperación Internacional para el Desarrollo; y ejercer la protección de los ciudadanos españoles en el exterior.

⁵ Celestino del Arenal (2004), *El papel de España en las Cumbres*, Real Instituto Elcano, Madrid.

incluso otros como el clima o la situación geográfica han generado sociedades totalmente distintas que, de cierta forma, hacen que transmitir una imagen no sea tan sencillo como pueda suponerse en un primer momento. A todo esto se viene a sumar, además, la propia heterogeneidad de culturas imperante al otro lado del Atlántico.

La percepción de los iberoamericanos antes y después de conocer España

El estudio de la imagen que los inmigrantes iberoamericanos tienen de España se llevó a cabo con una muestra de un total de 63 personas de diferentes nacionalidades, que fueron entrevistadas íntegramente en Madrid.⁶ Todas ellas tuvieron que contestar el cuestionario tipo elaborado, y las respuestas sirvieron para ahondar en la hipótesis de partida y acabar con ciertos tópicos.



Para empezar a despejar algunas dudas y poder plantear posteriormente respuestas y recomendaciones, uno de los datos más esclarecedores ha sido el porcentaje total de las personas que poseían una imagen previa de España antes de llegar a nuestro país. Y es que con esto se puede determinar, entre otras muchas cuestiones, hasta qué punto se recibe información de nuestro país en Iberoamérica, así como su grado de fiabilidad.

De las 63 personas encuestadas, el 87,3% declaró tener una imagen previa del país, y de este porcentaje, un 76,2% tenía una percepción “positiva”, frente a un 9,5% que declaró que era “regular” y el 1,6% restante, que afirmó ser “mala”. Si se hiciera una comparación con los resultados del Latinobarómetro del Real Instituto Elcano, se observan resultados similares, aunque siempre es importante tomarlos en su justa medida (ni el contexto ni la muestra son las mismas). Según este estudio, el 68% de los encuestados⁷ tiene una opinión

⁶ Las entrevistas se llevaron a cabo en la estación de metro Gregorio Marañón; en la Delegación del Gobierno, Centro de Extranjería de la Comunidad de Madrid, Área de Trabajo, c/Bretón de los Herreros 41; en la Calle Alonso Cano 20-30; y en la Escuela Diplomática.

⁷ La novena oleada del Latinobarómetro se realizó en 18 países de América Latina entre el 21 de mayo y el 29 de junio de 2004. Se aplicó un mismo cuestionario en entrevistas personales a muestras representativas de la población de cada país, con un total de 19.605 entrevistas. El margen de error oscila entre el 2,8 y el 4,1.

positiva de España (un 54% buena y un 14% muy buena) y un 10% una valoración negativa (un 8% mala y un 2% muy mala).

Para empezar, los elevados índices de conocimiento previo registrados en este estudio indican una alta afluencia y/o presencia de información de España en los países de origen de los encuestados, lo que podría presuponer un importante grado de acceso a fuentes de comunicación tales como prensa, radio, televisión, publicidad, etc. Únicamente un 12,7% declaró “no tener” una imagen previa de España. Ahora bien, estos datos no son determinantes para el objetivo final de este trabajo, puesto que se trata de establecer en qué medida esta imagen previa ha podido verse modificada tras la llegada a nuestro país por no responder a la realidad. Es decir, ¿hasta qué punto esta posición se mantiene inalterada después de conocer cómo es verdaderamente la realidad española?

En este sentido, las respuestas han proporcionado una visión bastante esclarecedora de la fiabilidad de su información, así como de los posibles huecos de vacío o falta de comunicación ajustada a la realidad. Así, de entre todos aquellos que tenían una imagen previa de España, los que modificaron su concepción fueron un 54,5%, frente al 45,6% restante, que declararon no haber alterado en absoluto su posición anterior. También hay que tener en cuenta que estos cambios se produjeron en un doble sentido: positivo y negativo. Sobre este aspecto en particular se aprecia prácticamente un equilibrio entre los que modificaron su opinión hacia una posición “positiva” o “muy positiva”, de un 53,4% y un 6,6% respectivamente, y aquellos otros que experimentaron un cambio a peor (“negativo” o “muy negativo”), que representó el 40% restante.

Respecto a estos resultados, es conveniente no perder de vista que se trata de porcentajes bastante equilibrados, y más aún teniendo en cuenta que los traslados de población por necesidad, y no por motivos de estudios o placer (el 79,3% de las personas entrevistadas estaban en España por motivos de trabajo y el 20,6% por cuestiones académicas), puede generar situaciones traumáticas, que hacen que se produzca un rechazo de lo ajeno. Normalmente, esta reacción frente “a lo otro”, de “lo diferente”, podría haberse traducido en porcentajes más elevados de las opiniones negativas (“negativa” o “muy negativa”), máxime cuando las costumbres y la forma de vida de las culturas son diferentes. A todo esto también contribuyen otros factores como por ejemplo el peso de la distancia geográfica, que puede acentuar aún más el choque de culturas.

Estos cambios de percepción vienen a demostrar que, si bien el grado de información sobre nuestro país en Iberoamérica⁸ es bastante elevado, también lo son los porcentajes de las modificaciones. No obstante, es importante valorar en su justa medida los cambios de orientación. Sin bien éstos son significativos, la mayoría de ellos son a mejor. De esto implícitamente se desprende que su imagen no tendría por qué ser necesariamente interpretada como “equivocada”, sino sólo “diferente” a lo esperado. Esta hipótesis viene avalada por el hecho de que la mayoría de los que optaron por esta respuesta declararon que su imagen de España había mejorado, que nuestro país “había superado sus expectativas iniciales”.

A pesar de todo, ese 40% que declaró que su imagen de España empeoró después de conocer el país, tampoco es desdeñable. Es un dato significativo que hace necesario que se

⁸ El principal país de origen, y con diferencia, de los inmigrantes iberoamericanos es Ecuador (35%), seguido de Perú (25,4%) y Colombia (11%). A continuación se encuentran las personas oriundas de Chile (6,3%) y Bolivia (4,6%).

profundice en las raíces de esta falta de información o de lo que es peor todavía, de la desinformación. Para tomar el pulso a este elemento, el análisis de las fuentes de información es un punto de partida inmejorable.

El origen de la falta de información

¿Qué ocurre cuando se analizan las fuentes de información proporcionados por los encuestados? ¿Son los canales de comunicación mencionados los más adecuados para la creación de una imagen real de España? ¿En qué medida contribuyen a formar la imagen que tienen de nuestro país? Si se analizan los canales a través de los que se adquirió ese conocimiento, la información que arrojan es más que amplia y da para mucho. Pero antes es mejor observar los porcentajes.

Sobre este aspecto en el cuestionario se proporcionaron diferentes opciones de fuentes de información. Estas fueron “familia”, “amigos”, “prensa”, “radio” y “televisión”. Sin embargo se trataba de una pregunta abierta, puesto que se dio la posibilidad de que aportaran otras respuestas diferentes. Sin embargo, la inmensa mayoría optó por las opciones sugeridas, aunque hubo excepciones. Así, por ejemplo, una estudiante ecuatoriana aportó como fuentes documentales de información, no prevista en el cuestionario, la literatura y la historia.

La mayoría de los entrevistados declararon que, como primer canal de información, tuvieron a la “familia”, opción que se encaramó a la primera posición de entre todas las elegidas, con un 43,4%. De lejos le siguieron otras como la de “amigos”, con un 19,7%, “prensa”, con un 14,5%, y “radio y televisión”, con un 13,1%. Al englobar los porcentajes de todos los medios de comunicación de masas en uno solo, por una parte, y el resto (familia y amigos), en otro conjunto, los resultados son más esclarecedores aún. Así, se observa que prensa, radio y televisión aglutinan únicamente un 27,6%, quedando muy por detrás del 63,1% de la información proporcionada por las opciones de “familia” y “amigos”.

La valoración de estos últimos datos no sería del todo exacta si no se interpretaran junto con otros dos elementos que se hayan indirectamente relacionados: el grado de formación de los encuestados, así como su nivel económico. Y es que ambos factores en gran medida pueden condicionar las posibilidades de acceso a los medios de comunicación. Ahora bien, ¿esto se cumple?

El porcentaje de personas con estudios superiores es de un 49,2%, seguidos por aquellas que poseen estudios medios, con un 38%, detrás de los que se hallarían los que únicamente completaron los básicos (11,1%) y los analfabetos (1,6%). Si estos datos se ponen en común con las respuestas sobre las personas que poseían una imagen previa de España, se observa que las que declararon “no poseer una imagen previa” coincide con las personas que declararon ser analfabetas (ambos porcentajes son del 1,6%). Por lo que respecta al resto, e independientemente de su grado de formación, citaron también, aparte de la “familia” y los “amigos”, fuentes de información a las que presumiblemente tienen un mayor y mejor acceso personas con niveles económicos elevados o con una situación acomodada, tales como prensa, radio o televisión. Esto viene a demostrar que un mayor nivel formativo no implica aquí necesariamente un mayor o mejor acceso a los medios de comunicación o un elevado grado de inquietud de conocimiento. Otra cosa diferente sería ya el análisis de cada periódico, emisora de radio o canal de televisión por orientación política, cobertura geográfica, etc.

Pero dejando a un lado estos datos, hay otra conclusión que llama la atención: que ninguno de los encuestados hizo referencia a las administraciones españolas, ya sean nacionales, regionales o locales, como fuentes de conocimiento de la realidad española. La única persona que hizo referencia a fuentes oficiales fue una estudiante guatemalteca, aunque ni siquiera fue un organismo español ni lo citó en primer lugar; se trató de la Cancillería de Guatemala. Ninguno de ellos mencionó ni al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, ni a ningún otro órgano dependiente de él que pudiera desempeñar su labor en Iberoamérica. Se trata pues, de una situación preocupante, al mismo tiempo que paradójica. Preocupante por el hecho de que un elevado porcentaje mostró tener un cómodo acceso a fuentes de diverso tipo, y paradójica, porque precisamente Iberoamérica ha sido una de las áreas en donde más énfasis ha puesto la Administración española.

La percepción de los inmigrantes iberoamericanos trabajadores

La evaluación anterior de los datos ha sido realmente esclarecedora. Sin embargo, es conveniente realizar un nuevo análisis de los mismos incluyendo una nueva variable: el motivo de la presencia de los inmigrantes en España. Y es que, si se analizan únicamente las respuestas de las personas que se hallan en España por motivos de trabajo, los resultados son significativamente diferentes si se comparan con la evaluación de los datos anteriores, en los que se incluían también las respuestas de aquellos que se encuentra en España por razones de estudio.

Seleccionando únicamente a los que se hallan actualmente en nuestro país por motivos de trabajo, un primer punto de acercamiento a tener en cuenta sería el lugar de origen de los encuestados. La mayoría de ellos procedían de Ecuador (42%), seguidos de los peruanos (30%) y ya más lejos quedan los porcentajes de los de origen colombiano (10%), chileno y dominicano (6% cada uno de ellos), boliviano (4%) y venezolano (2%). Este dato es interesante si se compara con los porcentajes de inmigrantes iberoamericanos en Madrid,⁹ por ser bastante similares al número de personas iberoamericanas residentes en esta ciudad:

País	Nº de personas
Ecuador	141.101
Colombia	45.467
Perú	28.658
Bolivia	19.987
República Dominicana	17.860
Argentina	12.092
Brasil	7.510
Cuba	6.236
Chile	5.206
México	4.988
Paraguay	3.751
Uruguay	1.359

En cuanto a la formación académica, se perciben sensibles diferencias respecto a los datos generales. Así, por ejemplo, la mayoría de los inmigrantes que llegaron a España por motivos de trabajo,¹⁰ poseía estudios medios (48%), seguidos de los que contaban con

⁹ Madrid fue la ciudad en donde se llevaron a cabo, de forma íntegra, la totalidad de las entrevistas para la elaboración de este trabajo.

¹⁰ La mayoría de ellos, y principalmente los de origen ecuatoriano, declararon que fue tras los primeros años de estancia en España cuando decidieron que se establecerían definitivamente en España, cosa que no tenían previsto en un primer momento.

estudios superiores (36%), educación básica (14%) y analfabetos (2%). El haber dejado a un lado a los estudiantes ha hecho que descienda en porcentaje de las personas con estudios superiores en más de un 13% y la principal opción sea la de estudios medios, que antes ocupaba el segundo lugar, con un 38%.

En cuanto a la imagen que tenían antes de llegar a España, varía sensiblemente con respecto a los datos en los que se introducen también a los estudiantes. Si sólo se contabilizan a los que llegaron por razones laborales, se ve que la mayoría poseía una imagen “buena” (72%), seguidos por los que “no tenían” (14%), los que poseían una percepción “regular” (12%) y los que declararon que era “mala” (2%). La comparación demuestra que se reduce el porcentaje de una percepción “buena” en un 4,2%, y aumentan las demás: la “regular” en un 2,5%, la “mala” en un 0,4% y la de las personas que “no tenían”, en un 0,6%.

También las diferencias se hallan en cuanto a los medios a través de los que se formó la opinión que se tenía de España.¹¹ La comparación entre los porcentajes son los siguientes: “prensa”, un 10%, frente al 14,5 del porcentaje general (estudiantes y trabajadores); “radio y televisión”, un 4%, frente al 13,1%; “familia”, un 52%, frente al 43,4%; “amigos”, un 24%, frente al 19,7%, y “otros”, un 10%, frente al 9,3%.

En cuanto a los cambios de percepción una vez se conoce el país,¹² los porcentajes también varían sensiblemente. Así, la diferencia de las personas que cambiaron de opinión fue de casi 7 puntos menos, pasando a un 47,4%, de un 54,5% general. Consecuentemente, fue mayor el porcentaje de las personas que no alteraron su percepción inicial, pasando a un 52,3%, de un 45,5%. ¿Podría esto indicar que estaban mejor informados? Para valorar esto, también es importante, como antes, introducir la variable del sentido del cambio. Así, las modificaciones a “muy positivamente”, fueron del 9,6%, frente al 6,6% general; “positivamente”, un 52,4%, frente al 53,4%, y “negativamente”, de un 38%, frente al 40%.

A la luz de estos datos y estas comparaciones, ¿están realmente mejor informados los que se hallan en España por motivos de trabajo que el conjunto de la comunidad inmigrante? ¿O simplemente son más realistas? Aunque es imposible determinar esto, lo que sí puede concluirse es que el factor formación y/o nivel económico no han sido determinando para generar percepciones cercanas o más ajustadas a la realidad.

Las políticas de España hacia la Unión Europea

Si Iberoamérica ha sido para España un foco importante de cara a su política exterior, Europa no lo ha sido menos. Uno de los mayores esfuerzos de los primeros gobiernos de la democracia de España fue el del ingreso en la Unión Europea (UE), objetivo que vio culminado el 1 de enero de 1986, momento en el que nuestro país se incorpora a las Comunidades Europeas. Este paso representó la plena superación de la dictadura franquista y, con ello, el punto final de la exclusión del país del circuito europeo. No hay que olvidar que, desde 1982, uno de los ejes de la política exterior española ha sido el de acabar con el aislamiento del país de la esfera europea, para poner fin, así, a 150 años de “soledad”. Y desde ese momento hasta 1996, la política exterior en particular experimentó una fuerte europeización.

¹¹ En este apartado, los encuestados aportaron más de una respuesta sobre los medios a través de los que se formaron la idea previa que poseían de España antes de llegar al país.

¹² Aquí únicamente se han tenido en cuenta a las personas encuestadas que previamente tenía una imagen de España.

A partir de ese año, con los sucesivos gobiernos populares destacaron los esfuerzos llevados a cabo para cumplir los requisitos del Programa de Convergencia Económica, objetivo que se logró el 1 de enero de 2002. Sin embargo, la visión hacia Europa cambia; los puntos de vista que van a primar ahora, al igual que hacia Iberoamérica, van a ser los criterios económicos. Se refuerzan alianzas con países concretos con objetivos comunes. Es el caso de Francia, país con el que se quieren estrechar los lazos de cooperación para poner cerco al problema de ETA. Este planteamiento, no obstante, cambia radicalmente a partir de 2001. Las prioridades del Gobierno se modifican y, de una estrecha relación con países concretos, se pasa a la ruptura de alianzas tradicionales. España “rompe” con Francia y Alemania; mientras, “descubre” la importancia de otras naciones europeas como el Reino Unido.

Por lo que respecta a la UE, uno de los últimos puntos, aún caliente, es el fuerte pulso que se produjo con motivo de la Ampliación a 25, y que finalmente se consumó el 1 de mayo de 2004. Las divergencias de España respecto al reparto de poder que implicaban cambios de lo ratificado en el Tratado de Niza, provocó que el consenso en Europa se rompiera. Esto acrecentó la grieta entre los diferentes Estados europeos, abierta con anterioridad tras el ataque de Estados Unidos a Irak, en 2003, apoyado por unos y criticado por otros en la UE.

Las discrepancias de España con la UE acabaron con la llegada al Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, quien finalmente aceptó la propuesta mayoritaria de los miembros de la UE, que culminó con la firma del Tratado Constitucional en Roma, el 28 de octubre de 2004.

La percepción de los europeos antes y después de conocer España

Tras este breve repaso por la UE para conocer un poco más cuál es el contexto europeo en el que se mueve España en este ámbito, es posible abordar ya cuál es la opinión que los inmigrantes comunitarios tienen de España, cuáles son sus fuentes de información, cuál es la imagen previa que tienen de España, si es o no real y si se ajusta a la situación actual de nuestro país.

Para poder responder adecuadamente a estas incógnitas, es importante comenzar analizando el porcentaje de los inmigrantes comunitarios que poseían una imagen previa de nuestro país. Los datos arrojan que era de un 80,9%. La inmensa mayoría se aglutinó en torno a una percepción previa de “buena” y el resto, únicamente un 19,1%, se decantó por la opción de “regular”. En toda esta evaluación, hay dos datos llamativos. Por un lado, que ninguno de los encuestados declaró que su imagen fuera “mala”, y por otro, que tampoco ninguno de ellos se decantó por la indiferencia.

El análisis de estos datos demuestran que el 100% de los encuestados poseía datos e información previa sobre España, puesto que tenían una imagen del país. A pesar de que esto pudiera ser positivo, en el sentido de que la información sobre España está presente –independientemente de los canales por los que llegue a Europa–, también es importante no pasar por alto la importancia que tienen los cambios producidos una vez que los europeos llegan a España. Así pues, ¿era acertada esa imagen previa? ¿Hubo

mucho cambio con respecto a la imagen preconcebida que traían antes de llegar a nuestro país?

Al igual que en el caso de Iberoamérica, las modificaciones de percepción no estuvieron ausentes. Se produjeron un elevado número de cambios, de lo que se desprende que la imagen previa no se ajustaba del todo a la realidad o a lo esperado. Así, de los que poseían una imagen previa, un porcentaje del 61,9% declararon haberla modificado, frente al 38,1% restante que contestaron que permaneció inalterada. El porcentaje de las modificaciones es relativamente elevado, aunque esto no tiene por qué ser necesariamente negativo.

Según los resultados de este apartado, la mayoría que declaró que había modificado su percepción, lo hizo hacia un sentido “positivo” (46,1%) o “muy positivo” (34,6%), mientras que los que se decantaron hacia la opción contraria, tan sólo ascendió a un 19,3%. Analizando estos datos, la conclusión a la que se llega es que la imagen previa que tenían, en la mayoría de los casos, era peor a la que después comprobaron de primera mano. No obstante, tanto los porcentajes de cambio a mejor como a peor, denota que la información no era del todo correcta o fue mal interpretada por los receptores, en este caso los encuestados. Por ello es conveniente saber a través de qué canales se forjaron esa imagen previa, para poder vislumbrar los posibles errores que llevaron a los inmigrantes a introducir cambios en su percepción previa.

El origen de la falta de información

El análisis de los medios de comunicación a través de los que se forjaron esta imagen es muy esclarecedora. Sobre este asunto, la mayoría de los entrevistados destacó a “los medios de comunicación” como principal fuente de información: “prensa”, un 20,7%, mientras que “radio y televisión” aglutinaron otro 20,7% de las respuestas. Por detrás de ellas se encuadran ya las fuentes directas como “amigos” (17,1%) y “familia” (13,4%).

Si se aúnan en una misma categoría los diferentes medios de comunicación de masas (prensa, radio y televisión), por una parte, y las opciones de “familia” y “amigos” por otra, se aprecian unas diferencias bastante marcadas. La primera representaría un total de un 41,4%, mientras que la segunda supondría un 30,5%. Lo cierto es que se aprecia que los medios de comunicación de masas –fuentes más fidedignas y variadas en un primer momento– se imponen a las de “amigos” y “familia”.

En este apartado, es interesante destacar un dato curioso, que en las estadísticas de los inmigrantes iberoamericanos no se ha dado. Algunos de los encuestados, exactamente un 28,1%, hizo mención a otras fuentes de información, que habían influido en la creación de su imagen de España. Entre ellas se hallan, por encima de las demás, la “publicidad”, con un 6,1%. Por lo que respecta al 22% restante, aglutina un elevado número de respuestas múltiples y variables entre las que destacan los de la “experiencia propia”, como “viajes” a nuestro país, “literatura” e “historia”.

Si al hecho de que las principales fuentes de información son los medios de comunicación de masas se le sumara el elemento de la presencia de otras fuentes tales como los “viajes” por ocio, la “literatura” o la “historia”, podría extraerse la existencia de un nivel económico alto y una elevada capacidad adquisitiva. No obstante, también

hay que tener en cuenta que las visitas previas a España pueden verse favorecidas, en gran medida, por la cercanía geográfica y la mayor facilidad que en los últimos tiempos poseen las clases medias para poder viajar y desplazarse a bajo coste, privilegio que le estaba reservado hace unas décadas únicamente a una pequeña clase acomodada.

Por lo que se refiere a la literatura y la historia –las otras fuentes mencionadas–, puede venir influenciado por la formación académica de los entrevistados. Los resultados sobre este punto no da lugar a muchas interpretaciones, puesto que el 100% de los entrevistados –bien estén en España por motivos económicos, bien por razones de ocio o estudio– declararon poseer estudios superiores. Ahora bien, ¿hasta que punto es real la imagen que se forjaron de España los inmigrantes comunitarios? ¿En qué medida han podido tener una mayor accesibilidad a los medios de comunicación? ¿Puede esto generar una percepción más cercana a la realidad?

Una primera conclusión que puede extraerse es que, a pesar de que todos los encuestados poseían un alto nivel de información –a través de una gran diversidad de canales de comunicación, de estar más cerca geográficamente o poseer estudios superiores– los datos demuestran que también hubo un alto porcentaje de personas que modificaron su percepción previa, una vez que llegaron a España, por lo que la información recibida bien era insuficiente, bien era errónea.

Otro elemento importante es que, a pesar de proporcionar otra serie de fuentes de información diferentes a las establecidas en el cuestionario, ninguno de ellos mencionó canales de comunicación públicos, ni organismos tales como embajadas, delegaciones comerciales españolas, etc.

La percepción de los inmigrantes comunitarios trabajadores

En los anteriores apartados se han abordado los resultados proporcionados por la totalidad de los encuestados, sin hacer distinción entre aquellos que estaban en España ni por sexo, edad, estudios o cualquier otra variable. Pero sería positivo introducir una diferenciación entre las personas que se hallan en España por motivos de trabajo, de las que se encuentran por razones de estudio. De las 52 personas encuestadas, 33 estaban en nuestro país por motivos de trabajo y el resto por estudios, de ahí la importancia de la diferenciación.

Por lo que respecta a esta parte de la muestra, al ser sondeados sobre cuál era su imagen previa antes de llegar a España, la mayoría declaró que era “buena”, con un 75,5%, y el 24,3% restante, de “regular”. En este caso, en comparación con los datos generales, se aprecia una disminución del primer porcentaje en cerca de 5 puntos, que pasó a engrosar el resultado de la segunda opción.

Ya abordando los medios a través de los que se forjaron la imagen de España antes de llegar al país, la opción mayoritaria siguen siendo los medios de comunicación de masas, con un 43,6% (“prensa”, un 21,1%, y “radio y televisión”, un 22,5%). A continuación se encontrarían los “amigos”, con un 17%, seguido de la “familia” (14,1%), la “publicidad”

(7%) y “otros”, con un 18,3%. En este último apartado es donde se hallarían respuestas como “viajes”, “literatura” o “historia”. Lo cierto es que aquí los porcentajes con los resultados generales prácticamente no difieren. Tampoco cambian mucho las estadísticas en relación a las modificaciones de percepción. Mientras que un 63,6% declaró haber cambiado de opinión, el otro 36,3% afirmó que la había mantenido inalterada.

En lo que sí se aprecian distinciones es en el sentido del cambio. A “muy positivamente” lo hizo un 42,8%; a “positivamente”, un 47,6%, y a “negativamente”, un 9,5%. En comparación con los resultados generales, se aprecia un leve descenso del 46,1% general, de la opción “positivamente”, pero que se ve compensado por la subida de la opción “muy positivamente”, cuyo porcentaje general era de un 34,6%. Por lo que respecta a los que cambiaron a “negativamente”, el dato general es de un 19,3%, muy por encima del 9,5% de las personas que únicamente están en España por motivos de trabajo.

Con estos resultados sobre la mesa, ¿podría decirse que están mejor informados las personas que llegan a España buscando trabajo y no por motivos de estudios? ¿Son fiables sus fuentes de información? Aquí la formación tampoco es un factor determinante –al igual que en Iberoamérica–, puesto que todos, tanto estudiantes como trabajadores, poseían estudios superiores.

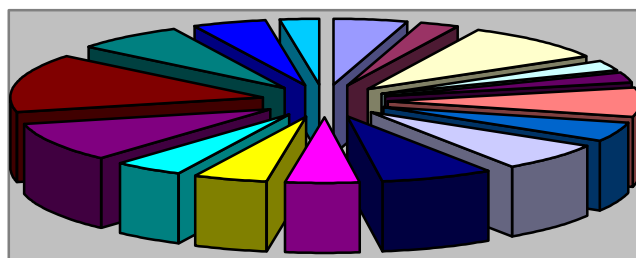
La opinión de los nuevos comunitarios

La reciente ampliación a Veinticinco de la UE es un elemento que se ha tenido en cuenta en este estudio. La idea inicial que podría tenerse de que a mayores trabas administrativas y aduaneras –por razones como, por ejemplo, no pertenecer a la UE–, menor presencia de europeos no comunitarios, no encaja precisamente con los resultados de este estudio. Las muestras de este trabajo fueron recogidas entre diciembre de 2004 y enero de 2005, es decir, menos de un año después de la entrada de los diez nuevos países en la UE.¹³ ¿Ha sido esto determinante en la presencia de estos inmigrantes, ya comunitarios, en nuestro país? Los datos aseguran que no.

A la hora de abordar este aspecto, es imprescindible analizar el origen de todos los encuestados. Así, la mayoría de los entrevistados, tal y como se muestra en el gráfico, procedían de Portugal (15,1%), seguidos de los de Chipre (12,1%), Finlandia y República Checa (9%), Francia, Letonia, Malta, Polonia, Grecia, el Reino Unido y Hungría (6,1%), y Alemania, Suecia, Italia y Austria (3%).

¹³ El 1 de mayo de 2004 entraron a formar parte de la Unión Europea diez nuevos países: Polonia, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Lituania, Letonia, Estonia, Malta y Chipre.

Porcentaje de los encuestados por países de origen



■ Alemania (4,7%)
■ Austria (2,5%)
■ Chipre (9,5%)
■ Eslovaquia (2,5%)
■ Eslovenia (2,5%)
■ Finlandia (7,1%)
■ Francia (4,7%)
■ Grecia (7,1%)
■ Hungría (7,1%)
■ Italia (4,7%)
■ Letonia (4,7%)
■ Malta (4,7%)
■ Polonia (9,5%)
■ Portugal (14,4%)
■ Rp. Checa (7,1%)
■ Reino Unido (4,7%)
■ Suecia (2,5%)

Aquí se aprecia la elevada presencia de los que podrían denominarse “nuevos comunitarios”. Y es que, tras los portugueses –cuya mayor presencia podría entenderse por su cercanía geográfica y la similitud de lenguas– el máximo porcentaje que le sigue de comunitarios en España llama la atención. Se trata de los chipriotas; muy de cerca se hallan también los letones, malteses, polacos y húngaros, todos con un 6,1%. Es importante ahondar sobre esta presencia en España. Así, por ejemplo, la mayoría de ellos, al ser consultados por el motivo de su presencia en nuestro país, declararon el trabajo como principal motivo. De ellos, la mayoría declaró estar desempeñando funciones de operarios relacionados con el ámbito del mantenimiento en general (fontanería, electricidad, ebanistería, etc).

No obstante, tampoco cabe olvidar que todos ellos confirmaron poseer estudios superiores, un factor que, sin embargo, no contemplaban como un elemento que pudiera contribuir a la mejora de sus condiciones de vida. Todos declararon que desde hacía tiempo ya no era una de sus prioridades ejercer un trabajo acorde a su preparación académica, y que estaban a gusto con la labor a la que se dedicaban en ese momento. Afirmaron también que, si se les ofreciera un trabajo que se ajustara a su formación, únicamente se plantearían aceptarlo en el caso de que mejorara sus condiciones actuales.

Las diferencias de percepción entre iberoamericanos y comunitarios

Tras el procesamiento por separado de los datos aportados por las diferentes comunidades de inmigrantes en España, es importante y enriquecedor realizar una comparación de sus resultados, al poder aportar nuevos puntos de vista y pruebas de apoyo que contribuyan a arrojar más luz sobre la hipótesis de partida.

Similitudes y divergencias sobre España

Los puntos de conexión y divergencia son esclarecedores para conocer un poco mejor cuál es el nivel de información que, sobre España, existe en los diferentes países de Iberoamérica y de la Unión Europea. Como se ha visto en el procesamiento de los datos en los dos capítulos anteriores, los resultados arrojan a un primer golpe de vista una gran cantidad de similitudes entre las comunidades de inmigrantes. Así, por ejemplo, tomando como primer punto de relación el de la “imagen previa”, se observa que mientras que el 100% de los inmigrantes comunitarios tenían ya una imagen formada sobre nuestro país, el porcentaje de la comunidad iberoamericana era también bastante elevado, exactamente de un 87,3%. Esto, no obstante, lleva a una conclusión en cierto sentido paradójica. Y es que, tener en cuenta su nivel de formación¹⁴ –que de cierta forma puede contribuir a determinar el nivel de acceso a los medios de comunicación y, por ende de información–, hace que este factor pase a un segundo plano, o no tenga toda la relevancia que podría presumirse en un primer momento. Además, el elemento de la “cercanía” no parece que sea tampoco influyente en esta comparación para afirmar que podría ser un elemento de peso para que los europeos tuvieran un mayor conocimiento de España. Puede por contra, llegarse a la conclusión de que más peso han podido tener factores como la lengua, que podría explicar la mayor facilidad de acceso o entendimiento de información y, por ende, ese elevado nivel de conocimiento previo por parte de la comunidad iberoamericana.

Profundizando aún más sobre el porcentaje de la “imagen previa”, es interesante realizar otra serie de puntualizaciones. Así por ejemplo, ninguno de los comunitarios se decantó por la indiferencia, todos declararon tener una imagen previa de nuestro país (ya fuera “buena” o “regular”), y es algo que lo distingue de ese 12,7% de los iberoamericanos que declararon no tener una imagen preconcebida de nuestro país.

También arrojan resultados esclarecedores los cambios de percepción. Esto genera una nueva diferencia con respecto a los inmigrantes iberoamericanos, y produce otras muchas consecuencias también de gran magnitud para este estudio. Para empezar, el porcentaje de los comunitarios que cambiaron su imagen previa es bastante más elevada que el de los iberoamericanos (un 61,9% frente a un 54,5% de la comunidad comunitaria). Así, a pesar de que su grado de conocimiento sobre España era presumiblemente mayor que el de la comunidad iberoamericana, su porcentaje de cambio también fue más elevado.

Otro dato llamativo y en el que ambas comunidades coinciden es que el nivel de formación ha influido en las respuestas de los encuestados en el sentido de que “a mayor nivel académico”, más negativa es la imagen que se tiene de España. Esto se ha percibido fundamentalmente entre los estudiantes de ambas comunidades de inmigrantes. Algo similar se determina en las conclusiones del Latinobarómetro de 2004 del Real Instituto Elcano, aunque alude a una comparación de España con la Unión Europea, Japón y Estados Unidos. Según sus conclusiones, se asegura que “el *status* socioeconómico del entrevistado influye en las opiniones (...). Cuanto más alta es la posición social del entrevistado, peor es la imagen de los Estados Unidos y mejor la de España”.

¹⁴ El 100% de la población comunitaria poseía estudios superiores, frente al 49,2% de las personas procedentes de Iberoamérica.

Ahora bien, también es importante tener en cuenta el sentido del cambio de las percepciones. Según los resultados de los inmigrantes comunitarios, la mayoría lo hizo hacia un sentido “positivo” (46,1%) o “muy positivo” (34,6%), mientras que los que se decantaron hacia la opción contraria, tan sólo ascendió a un 19,3%. Poniendo en paralelo estos datos derivados de las estadísticas de la comunidad iberoamericana, se desprende que el porcentaje total de cambios a un sentido “positivo” o “muy positivo” es más elevado entre la comunidad europea, al ser de un 80,7% (sumando ambas opciones), frente al 60% de los iberoamericanos. En cuanto al cambio hacia la percepción “negativa”, también se aprecian diferencias significativas. Mientras que el 40% de los encuestados iberoamericanos declararon cambiar a peor su percepción, el porcentaje de los encuestados europeos se reduce hasta un 19,3%.

El origen del cambio

Como se ha dicho anteriormente, analizar las fuentes de información puede contribuir en gran medida a comprender el porqué de estos elevados porcentajes de cambio. Así, respecto a las personas encuestadas de origen iberoamericano, declararon como principales fuentes de información las directas como la “familia” (43,4%) y los “amigos” (19,7%), dejando en un segundo plano otras tales como los medios de comunicación. Por su parte, la mayoría de los residentes en España de origen comunitario, reconoció tener como principal fuente de información previa los medios de comunicación: “prensa”, “radio y televisión”, sendas opciones con un 20,7%. Por detrás se hallarían otras, que para las personas de origen iberoamericanos eran las principales. Se trata de los “amigos” (17,1%) o la “familia” (13,4%). Aparte de éstas, un elevado número de personas (22%) hicieron mención de los “viajes”, la “literatura” y la “historia” como importantes fuentes para la construcción de su percepción de España. Aquí es necesario no pasar por alto que la mayoría de los entrevistados que señalaron estas alternativas fueron personas con estudios superiores y/o con profesiones cualificadas. Respecto a la comunidad iberoamericana destaca la casi total ausencia de mención de otras fuentes de información.

Más datos que arrojan luz al análisis

Todo lo anterior destaca una gran cantidad de diversidad de opiniones, lo cual es verdaderamente importante para poder tomar el pulso sobre cuál es la imagen de los extranjeros sobre nuestro país. No obstante, no hay que pasar por alto otras muchas variables que pueden hacer más comprensibles los resultados. Así, por ejemplo, el tiempo de estancia en España.

Por lo que respecta a los inmigrantes iberoamericanos, la mayoría de los entrevistados llevaban residiendo en España menos de 1 año o entre 1 y 3 años, con un porcentaje idéntico en ambos casos del 30,2%, seguidos de los que llevaban entre 3 y 5 años (22,2%) y más de 5 años (17,4%). Por su parte, las respuestas proporcionadas por las personas de origen europeo arrojan datos similares en cuanto a los porcentajes. La mayoría de los encuestados se encontraban dentro de la franja de entre 1 y 3 años (57,2%), seguidos de los que llevaban menos de 1 año (21,42%), entre 3 y 5 años (11,9%) y más de 5 años (9,5%).

En un primer momento podría pensarse que el tiempo podría ser un factor a la hora de influir en el sentido del cambio de la percepción –de ahí su introducción dentro del cuestionario tipo–, es decir, que “a más tiempo, más posibilidad de que haya cambios de la percepción en la población inmigrante”. No obstante, la mayoría de los entrevistados (78%

en el caso de los iberoamericanos y 87% de los europeos) reconoció que su cambio se produjo durante su primer año de estancia en nuestro país. No obstante, de haber sido determinante, habría que haberse interpretado en su justa medida los resultados, puesto que hay una gran cantidad de diferencias de porcentaje entre las personas entrevistadas que llevaban mucho tiempo viviendo en España, en comparación con las que llevaban a penas unos meses.

Conclusiones

A la luz de los resultados obtenidos tras la evaluación de los datos extraídos de las 105 entrevistas realizadas, la conclusión global a la que se ha llegado es la del gran desconocimiento, el conocimiento parcial y/o la falta de información sobre la realidad de España en los países de origen de los inmigrantes que actualmente residen en nuestro país. A pesar de existir un elevado porcentaje de personas conocedoras de datos sobre España, no se trata más que de una cortina de humo, puesto que los cambios de percepción que sufren una vez que llegan a nuestro país (independientemente de su orientación a positivo o negativo), son importantes.

De esto mismo es de donde se desprende que, tras la llegada a España, el choque entre lo “esperado” y la realidad es tan alto que puede dar lugar a situaciones marginales y/o dificultades de adaptación, sobre todo para las personas que tienen como objetivo el establecimiento de su residencia permanente en nuestro país. En este sentido, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación debería tomar nota e implementar no sólo políticas de inmigración para la población extranjera residente en España, sino también programas de comunicación en los países de origen de los potenciales inmigrantes,¹⁵ que en estos momentos son inexistentes a la luz de los datos obtenidos. Así las cosas, no es de extrañar que, de entre todas las personas que prestaron su colaboración para la elaboración de este estudio, la mayoría de ellas declarara que la idea previa que traían sobre España no era lo que esperaban.

Otro elemento a tener en cuenta, a nivel global, es el escaso alcance y la prácticamente nula actividad de instituciones públicas españolas en los países de origen de las personas encuestadas. Ninguna de ellas mencionó organismos de este tipo, como por ejemplo ministerios, gobiernos autonómicos o locales, delegaciones de diferente ámbito, embajadas, etc. De esto se deriva que, a pesar de los intentos de internacionalización de nuestro país fuera de sus fronteras, se sigue careciendo de políticas fuertes que exporten su imagen al exterior.

Asimismo, es importante destacar que ninguno de los entrevistados reconoció, como fuente de información, el contacto directo con estudiantes y/o turistas españoles; esto denota la escasez de movilidad de los españoles fuera de nuestras fronteras, elemento que también debería contemplarse como un importante instrumento de exportación de la imagen de un país.

¹⁵ Según los datos del Latinobarómetro de 2004 del Real Instituto Elcano, sondeando a la comunidad iberoamericana sobre la posibilidad de ir a vivir a otro país, un 20% eligió España como opción de residencia.

Así pues, puede decirse que la hipótesis de trabajo únicamente se cumplió en parte. Por un lado, el grado de conocimiento de España por parte de los encuestados era elevado. No obstante, esto no se tradujo en un conocimiento real y fidedigno de la realidad, hecho que quedó patente con los porcentajes de modificaciones de percepciones previas.

En cuanto a la parte referente a las fuentes, la mayoría de los encuestados se decantó por las opciones proporcionadas en el cuestionario presentado, y sólo una mínima parte aportó otras propias, siendo más propensos a esto los europeos que los iberoamericanos.

Recomendaciones prácticas

A diferencia de otros países de Europa, como Alemania o Francia¹⁶ por ejemplo, la comunidad inmigrante residente en España lleva relativamente poco tiempo viviendo en nuestro país. Es por esto por lo que nuestra política debe reorientarse y abordar este fenómeno no sólo como un efecto más de la globalización, sino como un problema de mayor envergadura, que afecta al resto de políticas nacionales, tales como educación, trabajo, sanidad, etc.

Con la puesta en marcha de medidas socialmente responsables, el Gobierno podrá abordar de forma efectiva este fenómeno y lograr lo que debe ser su principal objetivo en este sentido: una completa integración de la comunidad inmigrante en España, con el fin de que las futuras generaciones nacidas en territorio español asuman y sientan como propia la “identidad española”. Pero esto dependerá no solo de los elementos de su entorno en general (la acción pública), sino también del ambiente familiar. Este último elemento es uno de los más determinantes durante el desarrollo de las futuras generaciones y por eso mismo es importante conocer cuál es la opinión de los inmigrantes de hoy, de sus padres, para que los gobiernos puedan acertar a la hora de implementar políticas de integración que ayuden a las futuras generaciones a alcanzar una plena integración en la comunidad española.

Ahora bien, esto sólo sería la parte que tendrían que llevar a cabo los responsables en territorio español. De puertas para fuera, las autoridades competentes también deberían implementar políticas de información, de promoción del país, con el objetivo de evitar confusiones a los potenciales inmigrantes así como reducir el impacto a la hora de llegar a nuestro país. Asimismo, contribuiría a hacer más fácil y moldeable el trabajo institucional en España con las personas que finalmente decidan asentarse de forma definitiva en territorio español, así como de las futuras generaciones.

¹⁶ Para Estados Unidos véase G. Borjas (2003), “The Labor Demand Curve is Downward Sloping: Reexamining the Impact of Immigration on the Labor Market”, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 118, nº 4, pp. 1335-1378; para Francia véase J. Hunt (1992), “The Impact of the 1962 Repatriates from Algeria on the French Labor Market”, *Industrial and Labor Relations Review*, 45, pp. 556-572; para Alemania véase S. Pischke y J. Velling (1997), “Employment Effects of Immigration to Germany: An Analysis Based on the Local Labor Market”, *Review of Economic and Statistics*, 79, noviembre, pp. 594-604; para Israel véase R. Friedbreg (2001), “The Impact of Mass Migration on the Israeli Labor Market”, *The Quarterly Journal of Economics*, CXV (4), noviembre, pp. 1373-1408; para España véase R. Carrasco, J.F. Jimeno y A.C. Ortega (2004), “The Effect of Immigration on the Employment Opportunities of Native-born Workers: Some Evidence for Spain”, *FEDEA*, Documento de Trabajo 2004-17.

Anexo

Datos de entrada	Número	Tipo de encuesta	Fecha de realización	Lugar de realización	
Cuestionario					
1	Lugar de procedencia	Iberoamérica: País:		Unión Europea: País:	
2	Formación académica	Educación básica	Educación media	Estudios superiores	Analfabeto
3	Ocupación	Profesión cualificada: Especificar:		Profesión no cualificada: Especificar:	
4	Tipo de contrato	Indefinido	Autónomo	Beca	Otros
5	Tiempo que lleva en España	Menos de un año	Entre uno y tres años	Entre tres y cinco años	Más de cinco años
6	Motivo por el que se encuentra en España	Trabajo	Estudios	Políticos	Otros
7	Imagen que tenía de España antes de llegar al país	Buena	Regular	Mala	No tenía
8	A través de qué medios se formó la opinión que tenía de España	Medios de comunicación: Prensa escrita Radio Televisión Otros		Otras fuentes: Familiares Amigos Otros	
9	Su percepción de España ha cambiado	Sí	No	No sabe, no contesta	
10	En caso afirmativo, su percepción ha cambiado	Muy positivamente	Positivamente	Negativamente	Muy negativamente
DATOS PERSONALES (optativo)					
1	Nombre				
2	Apellidos				
3	Edad				
4	Ciudad de residencia				
5	Estado civil				
6	Número de hijos				