

EXCLUSIÓN DISCURSIVA DE LA POBLACIÓN INMIGRANTE EN LA PRENSA GRATUITA¹

BENNO HERZOG

*DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA SOCIAL
UNIVERSIDAD DE VALENCIA*

Recepción: 20/04/2010; aceptación: 20/09/2010

RESUMEN

LOS PERIÓDICOS GRATUITOS, COMO MEDIOS SURGIDOS DE FORMA MASIVA EN LA ÚLTIMA DÉCADA, CON UNA TIRADA SUPERIOR A LOS PERIÓDICOS TRADICIONALES Y UNOS LECTORES JÓVENES Y URBANOS, HAN SIDO POCO ESTUDIADOS RESPECTO A SU APORTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE IMAGINARIOS PÚBLICOS.

EL OBJETIVO PRINCIPAL DEL PRESENTE ARTÍCULO ES DESCRIBIR Y EXPLICAR LA IMAGEN SOCIAL DE LOS INMIGRANTES Y MINORÍAS ÉTNICAS QUE SE FORMA MEDIANTE LOS DIARIOS GRATUITOS EN LA CIUDAD DE VALENCIA.

SE MUESTRA EL SURGIMIENTO Y LA IMPORTANCIA PARA LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS DE LOS PERIÓDICOS GRATUITOS. EN DOS PARTES EMPÍRICAS SE ANALIZAN, DE FORMA CUANTITATIVA Y CUALITATIVA, 213 ARTÍCULOS DE LA PRENSA GRATUITA SOBRE EL TEMA DE LA INMIGRACIÓN Y LAS MINORÍAS ÉTNICAS.

EN LOS ARTÍCULOS ANALIZADOS SE MOSTRÓ LA CREACIÓN DE UNA IMAGEN NEGATIVA DE LA POBLACIÓN INMIGRANTE. ESTA IMAGEN PUEDE EXPLICARSE POR RAZONES ESTRUCTURALES DE PRODUCCIÓN DE NOTICIAS COMO PUEDE SER LA POCA ELABORACIÓN DE ÉSTAS O EL USO PREFERENTE DE FUENTES ADMINISTRATIVAS Y POLICIALES. ADEMÁS SE MUESTRA LA EXISTENCIA DE UNA ESTRUCTURA DISCURSIVA SUBYACENTE QUE PREDETERMINA EL CONOCIMIENTO PÚBLICO SOBRE LOS INMIGRANTES.

PALABRAS CLAVE:

ANÁLISIS DEL DISCURSO, EXCLUSIÓN SOCIAL, MIGRACIÓN, PERIÓDICOS GRATUITOS, RACISMO

INTRODUCCIÓN

La experiencia en varios países del mundo occidental ha mostrado que la convivencia entre personas de diferentes procedencias no ha extinguido el rechazo, la exclusión social y el racismo hacia los nuevos vecinos. Las esperanzas de la ilustración no parecen colmarse, sino más bien se observan tendencias contrarias: con la globalización y la cercanía constante del “otro” entre “nosotros” surgen nuevas inseguridades y exclusiones (Aramburu

Otazu, 2002; Balibar & Wallerstein, 1991; Barker, 1981; Hall y du Gay, 1998; Welsch, 1999).

Una de las formas más potentes mediante la cual se presenta la exclusión social son los discursos públicos, puesto que en ellos se reflejan interpretaciones de la realidad y se definen situaciones sociales, que se constituyen como el lado visible (o escuchable) de la discriminación y al mismo tiempo proporcionan la base para otras formas de exclusión social. La investigación de los discursos

¹ Este artículo es fruto de la investigación “Imágen social y discriminación étnica” que fue galardonado con el premio de investigación social “Valencia se solidariza” del Ayuntamiento de Valencia. La investigación completa se encuentra en Herzog, 2009a.

puede ser considerada, por tanto, un vehículo para entender las sociedades contemporáneas, las razones subyacentes de su estructura y sus instituciones y las consecuencias de actos colectivos (Foucault, 1999; Keller, 2005a y 2005b; Laclau y Mouffe, 1985; van Dijk, 1993 y 1997).

Uno de los campos más importantes en los que se producen, reproducen y acuñan las nociones sociales son los medios de comunicación masiva. En Europa, España y especialmente en Valencia se ha producido un crecimiento espectacular de diarios gratuitos en la última década (Price, 2003), siendo Valencia la ciudad de España con mayor número de diarios gratuitos. Siete periódicos compiten a diario entre sí y con sus homólogos de pago y ya tienen una tirada mayor que los periódicos “clásicos” (OJD, 2008). Estos periódicos gratuitos tienen una especial relevancia social, puesto que parecen no sustituir a los periódicos tradicionales, sino buscar una audiencia nueva, joven y urbana (Sporstøl, 2003).

Existe una importante responsabilidad social de los nuevos periódicos gratuitos respecto a su influencia en la actitud de la población frente a colectivos minoritarios. No obstante, la prensa gratuita, al contrario que sus homólogos de pago, es un fenómeno al que se ha prestado poca atención en las ciencias sociales. El conocimiento del funcionamiento y de los efectos de la prensa gratuita por parte de los actores sociales, instituciones, Administración, organizaciones no gubernamentales, etc., que actúan en el ámbito urbano es de inmensa importancia, puesto que son decisivos para la aceptación de medidas frente a colectivos desfavorecidos.

Por tanto, es necesaria la investigación de los mecanismos sutiles de la exclusión que, de forma inconsciente, se presentan a diario, ya que sólo la toma de conciencia de los procesos sociales permite el cambio controlado y deseado de éstos.

El objetivo general del presente trabajo, por tanto, es describir la imagen social de los inmigrantes y minorías étnicas que se forma mediante los diarios gratuitos en la ciudad de Valencia, con el fin de promover bases prácticas para futuras políticas que mejoren la convivencia intercultural.

Esto incluye, como objetivos específicos:

- Determinar las diferentes formas de construcción y adscripción de identidad colectiva.
- Evidenciar los efectos de poder, es decir, la exclusión social pero también el potencial de inclusión que surge de la construcción mediática de los colectivos étnicos.

MÉTODO

En la primera parte se presenta el surgimiento de los periódicos gratuitos modernos en las últimas dos décadas y el reciente interés académico sobre este fenómeno. Se describen además las implicaciones de estos periódicos para el desarrollo social y las democracias contemporáneas.

La parte empírica se divide en dos apartados, un análisis cuantitativo y otro cualitativo sobre la misma muestra de artículos.

La muestra consiste en artículos y comentarios de noticias y sucesos de periódicos gratuitos en la ciudad de Valencia. Se recogieron un total de 60 ejemplares de dichos periódicos, de los cuales se analizaron todos los artículos relacionados con la inmigración, minorías étnicas y diversidad cultural.

Todos los artículos objeto de análisis se digitalizaron y se incluyeron dentro de una única unidad hermenéutica del programa de análisis cualitativo Atlas.ti, versión 5.

La parte cuantitativa consiste en un análisis de los artículos según la frecuencia de temas y subtemas, las fuentes usadas y los colectivos mencionados.

Para la parte cualitativa se utilizó el análisis del discurso que ya cuenta con una amplia tradición en las ciencias sociales (Alonso, 1998; Íñiguez-Rueda, 2006). Según la operacionalización de Díaz-Bone (2004), el análisis del discurso consta de dos partes: Un análisis de superficie y un análisis interpretativo.

En el *análisis de superficie* se revisó y se codificó el corpus según las siguientes diez preguntas heurísticas previamente establecidas:

1. ¿Cómo están denominados “los otros” y qué denominaciones existen para el propio grupo?

2. ¿Qué atributos se adscriben a ambos grupos y cómo están valorados estos atributos?

3. ¿Qué acciones se atribuyen a los diferentes actores y cuáles son las causas presentadas de sus actuaciones (presencia/ausencia de explicaciones y responsabilidades personales y grupales *versus* responsabilidades circunstanciales)?

Así se obtuvieron las categorías, clasificaciones, nociones, temas y estrategias para el análisis interpretativo posterior.

En el *análisis interpretativo* se descubrieron las relaciones entre los objetos encontrados en el paso anterior. Poco a poco, en movimientos circulares, se detectaron redes, similitudes, diferencias, referencias, conexiones causales, etc. Para esta técnica, que Alonso (1998) compara con el método detectivesco de Sherlock Holmes y Foucault (1979) y con la arqueología, se ha establecido el término de método *abductivo*. El interés principal se concentra en las reglas de tales relaciones y de los encadenamientos, por las clasificaciones y oposiciones y por los denominadores comunes de los elementos del discurso. Se relacionaron los resultados encontrados anteriormente sobre la inmigración con otros campos discursivos. De ese modo, se fue capaz de poner al descubierto la semántica social y de relacionar ésta con la práctica no-discursiva, lo que convirtió el análisis del discurso en un análisis de la estructura social.

PRENSA GRATUITA Y DEMOCRACIA

Para las democracias contemporáneas, los *media* tienen un papel importante: llaman y dirigen la atención del público, persuaden en asuntos de opinión y creencias, confieren prestigio y legitimidad, informan rápidamente y a menudo extensivamente, y también influyen en el comportamiento (McQuail, 1994). Son el vínculo entre la política, los actores sociales y los individuos, y es también agente de socialización política (Boos, 2005). De ese modo, tienen funciones de integración, movilización, gestión de conflictos sociales, orden, control y estabilidad, adaptación a los cambios, cooperación y movilización (McQuail, 1994). Pero tomar la influencia de los *media* como hecho social no significa automáticamente que ésta sea positiva. Las pre-

guntas que se tiene que hacer la investigación social en este contexto son si los *media* promueven una mayor o menor igualdad social, cuál es la versión de la realidad que ofrecen y en interés de quién, y cuáles son los efectos de su comportamiento.

Los *media* han sido blanco de crítica, entre otras razones, porque destacan en ellos los temas de conflicto. Tanto la selección de temas como la presentación de éstos se caracterizan por la negatividad, el conflicto, el dramatismo, la acción, la tensión, la inseguridad y la novedad (Luhmann, 2000; McQuail, 1994). Pero como ya advirtió el clásico Robert Park (1967 [1940])

aunque ocurra lo inesperado, lo que aparece en las noticias no es completamente inesperado. Los sucesos que han surgido y aparecen en las noticias son, de hecho, sucesos esperados (...) se trata, en conjunto, de los accidentes e incidentes para los cuales está preparado el público (...) cosas que uno teme y que cabe esperar que salgan en las noticias (p. 45).

En el campo de los periódicos se han observado tendencias como la monopolización o por lo menos la concentración, la comercialización y la internacionalización (McQuail, 1994). Estas tendencias, que son la respuesta, muchas veces funcional, a nuevos desafíos, también albergan el riesgo de la pérdida de la diversidad, de la independencia o de culturas regionales. No obstante, se observan también tendencias contrarias, como la pluralización y la fragmentación del mercado como respuesta a la diferenciación social con estilos de vidas y culturas diferentes.

En la mayoría de los estudios sociales de la prensa escrita en España, se observa a los grandes diarios, sobre todo a *El País* y *El Mundo*. En estudios con enfoques regionales, como en el estudio de Ceimigra (2003), se incluyen además periódicos regionales. Todos estos estudios tradicionales tienen en común que se limitan a los periódicos de pago. Pero existen periódicos con una tirada aún superior a los tradicionales. Son los periódicos gratuitos, sobre todo *20 minutos* y *Metro*, con una tirada superior a "los clásicos" (OJD, 2008), y cuyo surgimiento masivo está descrito por Price (2003)

como “lo que será el desarrollo más profundo en la industria de periódicos en la primera década del siglo XXI” (p. 2).

En una época en la que el concepto de las masas se ve atacado por el pluralismo interno de las sociedades modernas, sus consumidores y también sus formas de producir, surgen con los periódicos gratuitos nuevas formas de información masiva. La diversidad de contenido entre ellos es menor que en el mercado de los periódicos de pago, e incluso dentro de un mismo periódico el lector tiene muchas menos posibilidades de elegir el contenido a causa de su volumen. También por el grado de distribución se puede hablar de los periódicos gratuitos como el reinvento de la prensa masiva en el siglo XXI.

Si en este trabajo se habla de periódicos gratuitos, se refiere a los diarios modernos dirigidos a un público en general en soporte de papel que se distribuyen sobre todo en las grandes ciudades. Quedan excluidos de esa definición los periódicos que siguen un ritmo no diario o que se distribuyen a una clientela concreta, como los numerosos periódicos universitarios o los también muy interesantes periódicos con enfoques multiculturales o dirigidos directamente a colectivos de inmigrantes. Además, quedan fuera de esta definición las incontables formas gratuitas de publicar información escrita en Internet (aunque muchos periódicos gratuitos también tienen una versión en Internet o distribuyen el mismo diario también a través de la red).

Desde la imprenta masiva de información siempre han existido formatos gratuitos de distribución, y aunque ya en 1947 se publicó en California el primer diario gratuito, *Contra Costa Times*, y en 1984 se lanza el *Birmingham Daily News*, la primera publicación de estas características en Europa, aquí se sostiene 1995 como el punto de partida del fenómeno concido como periódicos gratuitos (*free daily newspapers*). Es el momento en el que la empresa Metro comienza su historia de éxito y expansión como periódico gratuito y en que se produce el cambio de cantidad a calidad. Lo que comenzó como fenómeno aislado se ha convertido en pocos años en una realidad global. Hoy en día existen diarios gratuitos en casi todos los países occidentales. Así,

Metro está publicando en la actualidad, sólo doce años después de su primera edición en Suecia, según declaraciones propias, 72 ediciones en 154 ciudades con más de 100.000 habitantes en Europa, América y Asia. Se publica en 21 países y en 18 idiomas diferentes, y tiene unos 20,1 millones de lectores (Metro-International, 2008).

Puesto que se trata de un fenómeno bastante joven, existe poca investigación sobre este tipo de diarios y muchas teorías que intentan explicar el éxito de un periódico en un país fallan a la hora de trasladar las explicaciones a otro. Así, por ejemplo, se pensaba que para tener éxito como periódico gratuito hacía falta un mercado grande de lectores habituales o por lo menos ocasionales, de diarios de pago (Picard, 2001; Sporstøl, 2003) a los que los diarios gratuitos pueden ofrecer un servicio similar pero gratuito. Eso explicaría parte del éxito principal de estos periódicos en los países nórdicos, pero resulta inadecuado para explicar la presencia masiva de estos diarios en España. Mientras que en Noruega y Suecia (los países de procedencia de los dos grandes editoriales de periódicos gratuitos) el 86 y 88%, respectivamente, declaran leer por lo menos un periódico de pago diario, en España sólo es un 35,9% (World-Association-of-Newspapers, 2005). Las teorías que sostienen la idea de que existe la misma audiencia de los diarios gratuitos y pagados no pueden explicar el hecho de que no exista el temido efecto de canibalismo en el mundo de la prensa escrita. Es decir, los lectores de prensa gratuita son en su gran mayoría nuevos lectores que no han leído ningún otro diario o son lectores que además de leer los periódicos gratuitos también leen sus homólogos pagados (Mahoney y Collins, 2005).

La clave del éxito de la prensa gratuita puede ser el que creen su propio mercado y las correspondientes pautas de consumo, usando un “tiempo vacío” como el tiempo en el transporte urbano. El nombre *20 minutos*, el segundo gran periódico gratuito en el mercado, hace referencia al tiempo que se necesita para leerlo, de modo que esperando al autobús o al metro, usando los medios de transporte o (en España) tomando el almuerzo se puede obtener una cantidad mínima de información diaria

(Sporstøl, 2003). De hecho, el éxito de la prensa gratuita ha sido tan fulminante que muchas editoriales de periódicos de pago lanzaron su propia versión gratuita intentando atraer de ese modo a nuevos lectores².

Parece que los diarios gratuitos han encontrado su lugar en el mercado. Tienen unos lectores jóvenes que tradicionalmente han sido desatendidos por los periódicos clásicos y han descubierto nuevas formas de distribución en redes de transporte urbano o en puestos de distribución altamente frecuentados (universidades, restaurantes de comida rápida, etc.).

Si se hubiera dado el caso de pérdida de influencia de los periódicos tradicionales (el llamado canibalismo), sería un peligro, dado el importante papel que éstos desempeñan en la sociedad. Pero si de verdad los periódicos gratuitos, más que hacer perder lectores a los diarios tradicionales ganan nuevos lectores (lectores que en un futuro también pueden leer periódicos de pago), se podría hablar de un éxito rotundo, si no fuera por tres razones que echan una sombra sobre las versiones gratuitas: la baja calidad, la poca diversidad y el nuevo grado de comercialización.

1. La baja calidad puede producir un proceso de *tabloidization* o, en francés, de *bouleversements* (Trouinard, 2004), conceptos que se refieren a la tendencia, también de los demás periódicos, de cambiar hacia la forma breve y sensacionalista de presentar la información, a menudo acompañada de ilustraciones.

2. El hecho de que los grandes periódicos gratuitos compitan por el mismo mercado de masas, la racionalización en el proceso de producción que a menudo no permite la elaboración propia y tranquila de artículos y la dependencia total de los ingresos de la publicidad provoca que en los periódicos gratuitos se observe mucha menos diversidad que en sus homólogos de pago (Sporstøl, 2003).

3. “Se cree en general (desde el interés público o crítico a la perspectiva profesional) que cuanto más dependa un medio de comunicación de la publi-

dad como fuente de ingresos, menos independientes serán sus contenidos de los intereses de los anunciantes y del sector en general” (Mc Quail, 1994: 251). Aunque el éxito de los periódicos depende en gran medida de la aceptación por la audiencia, la dependencia de los ingresos económicos siempre tiene influencia en los contenidos (aunque existen múltiples formas de ejercer este poder y en la mayoría de los casos una influencia directa no está bien vista por los lectores y mina la credibilidad de un medio) (Altschull, 1984).

ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los veinte ejemplares de cada uno de los tres periódicos (*20 Minutos*, *Metro*, *Mini Diario*) se seleccionaron un total de 213 artículos que trataban, de alguna forma, el tema de la inmigración. Teniendo en cuenta que los diarios tienen extensiones diversas y que existen momentos de mayor y menor atención mediática, no sorprende que la cantidad de los artículos analizados varíe según los periódicos. Así, se encontraron 74 textos en *20 Minutos* y 84 en *Metro*, mientras que en *Mini Diario*, que con sólo 16 páginas en total es el medio analizado más reducido, se encontraron sólo 55 artículos para el análisis. También hay que tener en cuenta, como se dijo antes, que los artículos tienen extensiones muy variadas, desde sólo una única frase hasta reportajes muy elaborados.

La cantidad media de artículos es de 3,6 por periódico y día, lo cual muestra de antemano la importancia de la temática seleccionada. No obstante, se han detectado grandes variaciones e incluso había días en los que no se encontró ningún artículo sobre inmigración. Por otro lado, se encontraron hasta 8 artículos en *Metro* el 17 de septiembre del 2007.

Por otra parte, la inclusión de un artículo en el análisis no significa que la inmigración haya sido siempre el tema central de los artículos. La tabla 1 muestra la distribución de los artículos analizados según temas y secciones.

² Aunque a veces, los periódicos tradicionales lanzan sus versiones gratuitas para impedir la entrada al mercado a las empresas internacionales de periódicos gratuitos (Baker, 2005; Sporstøl, 2003).

Tabla 1. Artículos analizados según temas/secciones

<i>Temas</i>	<i>N.º artículos</i>	<i>% artículos</i>
Acogida e integración	26	12,21
Cartas al lector	5	2,35
Comentarios	3	1,41
Conflicto	5	2,35
Criminalidad	65	30,52
Economía	11	5,16
Inmigración	42	19,72
Racismo y xenofobia	8	3,76
Salud	3	1,41
Solidaridad	8	3,76
Sucesos	12	5,63
Otros	25	11,74
<i>TOTAL</i>	<i>213</i>	<i>100,00</i>

El tema que más destaca es el de la criminalidad. El 30,5% de los artículos que hablaban de la inmigración tenían como tema central la criminalidad. Otros temas destacados son la inmigración en sí, es decir, la llegada de personas extranjera a España y la acogida e integración. Salta a la vista también la relativa cantidad de artículos que no se pueden incluir en ningún gran tema. Éstos son a menudo la breve presentación de algunos datos estadísticos sin su contexto, como práctica común en todos los diarios gratuitos. Aquí se muestran los grandes ejes temáticos del discurso sobre la inmigración. Por un lado, el discurso jurídico-policial y, por otro, el de la convivencia e integración (Ceimigra, 2003 y 2004). Entre estos dos discursos se halla el tema del proceso migratorio, que por un lado está vinculado casi siempre con aspectos de ilegalidad, pero, por otro, significa también el primer paso para la acogida e integración.

En el resumen de los artículos analizados se recogió además otra variable sobre la procedencia. Después de la experiencia del análisis de los discursos populares, que identificaban a inmigrantes

por un lado y a residentes europeos por el otro, se crearon dos grupos. En el primero se incluyeron a los extranjeros de la EU15, Noruega y Suiza como “residentes europeos”, y en el segundo a los otros extranjeros percibidos popularmente como inmigrantes.

De las 213 veces que apareció un grupo de extranjeros, en el 23,5% de los casos no consta la procedencia específica o se trata de extranjeros en general. En el 70,4% de los casos las noticias tienen como protagonistas a “Inmigrantes” y sólo en 13 artículos (6,1%) se menciona a “residentes europeos”. Estas cifras, que no corresponden a la distribución por procedencia en la Comunitat Valenciana o en España, muestran la atención mediática mucho mayor en la población de “inmigrantes pobres”.

Mientras que los residentes europeos aparecen en los textos como agentes sociales en diversos temas, y en 6 de los 13 casos como víctimas o co-víctimas de criminalidad, se crea todo un discurso propio alrededor de la población extracomunitaria. Los temas de inmigración, integración/acogida y racismo/xenofobia están casi exclusivamente vinculados con la población “inmigrante”.

La información de los artículos se basa casi siempre en informes y argumentos presentados por diferentes actores sociales. Para conocer la distribución del origen de la información que aparece en los periódicos gratuitos se recogió el ítem “fuente” como aproximación al origen de la noticia. Independientemente de si la información había sido distribuida a través de una agencia o un gabinete de comunicación se recogió (y a menudo se estimó) la procedencia original de la noticia.

Destaca el hecho de que tras el 79,7% de los artículos en los periódicos se halle sólo una única fuente de información. El 9,2% de los textos analizados hacen referencia a dos fuentes de información que se usaron para redactar el artículo y en sólo 10 casos (4,6%) se utilizaron más de 2 fuentes para la elaboración de la noticia. En total se detectaron entonces 253 fuentes originales en los 213 artículos, lo que equivale a 1,17 fuentes por artículo. La tabla 2 muestra la distribución de las fuentes usadas.

Tabla 2. Distribución de fuentes usadas en los periódicos gratuitos

<i>Fuente</i>	<i>N.º</i>	<i>%</i>
Administración	83	32,81
Autóctonos	5	1,98
Empresarios	4	1,58
Inmigrantes	6	2,37
Intelectuales	4	1,58
Lector	5	1,98
ONG	25	9,88
Organismo extranjero	5	1,98
Partidos políticos	7	2,77
Policía/Guardia Civil	68	26,88
Propio	8	3,16
Sindicato	8	3,16
<i>No consta</i>	<i>18</i>	<i>7,11</i>
<i>Otros</i>	<i>7</i>	<i>2,77</i>
<i>Total</i>	<i>253</i>	<i>100,00</i>

Destaca que la gran mayoría de las noticias se basa en información facilitada por parte de la administración de diferentes ámbitos (32,8%) y por las fuerzas de seguridad (26,9%). En tercera posición siguen las ONG, que en un 9,9% de los casos aparecen como fuente de información. Aunque los inmigrantes desempeñan un papel fundamental en los artículos, sólo en 6 casos se acudió directamente a ellos como fuente³ de información. Como se ha visto, en el 79,7% de los artículos la información no está contrastada por el uso de otras fuentes. Ya en el 2003, Xambó afirmó que la información de los fuentes oficiales no suele contrastarse (Xambó, 2003). No obstante, cuando los inmigrantes se presentan como fuente de información para el artículo, casi siempre se recurre también a otra fuente. En 5 de los 6 casos en que aparecen los inmigrantes como fuente se recurre también a otros informantes.

Estas fuentes usadas para la elaboración de los artículos explican, por su parte, los hallazgos res-

pecto al contenido. Así, por ejemplo, la alta frecuencia de noticias sobre criminalidad y de terminología relacionada con el campo de la seguridad pública está relacionada con el uso de fuentes policiales. Y también el hecho de que existan más artículos sobre criminalidad de los inmigrantes que sobre aspectos de acogida e integración está también influenciado por el uso de las fuentes.

LA ESTRUCTURA DEL DISCURSO

El análisis del discurso siempre tiene que plantear una pregunta crucial: de todo el texto analizado, con todas las diferencias que siempre se hallan en distintas manifestaciones, ¿se puede hablar de un único discurso o realmente se trata de varios? La respuesta es aparentemente sencilla: siempre que se pueda nombrar un sistema de reglas comunes a las que corresponden los textos, se trata del mismo discurso. En el caso de los periódicos aquí analizados, ya la elección de temas era muy variopinta, lo cual dificulta encontrar estructuras comunes. Además, muchos artículos eran muy cortos y consistían incluso en sólo una frase. Encontrar en ellos todo un sistema de reglas resulta prácticamente imposible. De esta forma tampoco es posible afirmar la pertenencia de estas frases “sueltas” a otros discursos, alternativos.

Aún así, se puede ver una serie de reglas discursivas, de un discurso hegemónico en los periódicos gratuitos. Cada artículo, siempre según su tema, su enfoque y sobre todo su extensión, incluye algunas de estas reglas y *nunca contradice ninguna de estas reglas discursivas*. De este modo, sólo se puede hablar de la existencia de un discurso alternativo si se rompe claramente con una de las reglas que se esbozan a continuación.

CLASIFICACIONES

No siempre se especifica una diferenciación entre “nosotros” y “ellos”, pero cuando se hace se suelen utilizar denominaciones dicotómicas. Así, se describe al grupo de “los otros” como inmigrantes, extranjeros, con referencia al país o región de origen, mencionando la nacionalidad, o como “ciu-

³ La categoría “otro” incluye además asociaciones de inmigrantes que en 2 casos han sido fuente de información.

dadanos de”. Destaca que, a menudo, la referencia a la procedencia no es necesaria para el entendimiento del mensaje.

El propio grupo está vinculado a términos como vecinos o ciudadanos en general. Sólo se menciona la nacionalidad española en relación con personas extranjeras.

Ambos grupos suelen ser denominados también, más en concreto, según sexo o edad, y existen términos con mayor empatía hacia los inmigrantes, pero en la gran mayoría de los casos predomina un lenguaje policial-jurídico.

En artículos que tratan sobre el proceso migratorio *no* se usan clasificaciones conjuntas.

Las instituciones autóctonas a veces forman parte del “nosotros”, defendiendo “nuestros” intereses. Y a veces son causa de problemas (sobre todo por pasividad).

MODELOS DE INTERPRETACIÓN:

Inmigrantes y autóctonos son dos grupos claramente diferentes.

La inmigración aparece en el trasfondo de una fuerte preocupación relacionada con el cambio social.

Los inmigrantes aparecen como personas criminales o necesitadas.

La existencia de gran cantidad de inmigrantes en España aparece como causa de catástrofes y conflictos.

La inmigración se percibe en términos de invasión.

Los conflictos son percibidos como problemáticos y no como acontecimientos fundamentales de sociedades democráticas.

Destaca una importante falta de contextualización de las noticias.

No se discuten las diferencias culturales.

A menudo, el marco explicativo es el campo policial y de la criminalidad.

ESTRUCTURA DEL FENÓMENO:

Temas: problemas sociales como criminalidad, conflicto, necesidades.

Causa: presencia de los inmigrantes en España como causa de problemas sociales.

Responsabilidades: ausencia del nombramiento de responsabilidades.

Necesidad de soluciones: problemas sociales con soluciones que ofrecen los propios actores institucionales en forma de represión o ayuda.

Comunicación latente de la gravedad negativa del fenómeno migratorio, donde “ellos” son los necesitados o causa de problemas y “nosotros” los afectados o —en forma de actores institucionales— parte de la solución.

El autoposicionamiento del autor, por regla general como testigo, neutro y distante, como corresponsal de los sucesos. Pero la elección de fuentes convierte la posición en parcial. A veces, clara toma de posición como ciudadano y parte del grupo de nosotros defendiendo “nuestros” intereses.

La posición de los otros se comunica como de intrusos, conflictivos o agresores.

Se destaca la poca posibilidad de influir en la situación mediante el comportamiento propio.

El modelo de integración que domina es un modelo que piensa este proceso como unilateral, donde “ellos” se tienen que integrar dentro de “nuestra” sociedad pensada como estática. Pero “nosotros” les proporcionamos los recursos necesarios a través de nuestras instituciones.

Los valores que se comunican de forma latente son valores conservadores donde la sociedad de acogida se tiene que proteger o defender contra el cambio social representado por los inmigrantes.

ESTRUCTURA NARRATIVA:

La línea que siguen los discursos sobre inmigración (*plot, story line*) es la de conflicto, pero también de necesidad.

Víctimas (“nosotros”) y agresores/invasores (“ellos”) se enfrentan en situaciones específicas.

Los conflictos se dramatizan y son presentados como problemas.

Domina la percepción de un problema en categorías represivas y de amenaza al propio grupo.

CONCLUSIONES Y COMPARACIONES

En conclusión: existe una estructura común para los diferentes artículos, aunque en la manifestación, en la elección de temas, en las expresiones,

etc., exista una cierta variedad. Se podría pensar que la variedad va condicionada por el tema del artículo, pero eso sólo es cierto de forma indirecta.

La variedad encontrada depende, en gran medida, de los actores sociales usados como fuentes (casi siempre únicos) de la noticia. Así, por ejemplo, las noticias que se basan en las fuerzas de seguridad utilizan temas, nociones, retóricas, etc., policiales, represivas, de control y de criminalidad; mientras que los artículos basados en la Administración u organizaciones no gubernamentales tienden hacia temas de integración y acogida, una retórica más paternalista de ayuda humanitaria. Y si el texto se basa en fuentes no institucionalizadas, es decir, en lectores, testigos, vecinos, etc., la retórica usada se asemeja mucho a la retórica de los discursos populares con sus modelos mas obvios de racismo (Herzog, 2009b; Herzog *et al.*, 2008). De ahí que se pueda concretar la respuesta a la cuestión del discurso en los periódicos gratuitos sobre la inmigración.

El discurso en los periódicos gratuitos es en gran medida el discurso de las fuentes usadas.

Por la brevedad de los artículos, la falta de elaboración por parte de los periodistas y por el uso de sólo una fuente informativa, se desarrolla raras veces una posición que por la presentación de la información merece el adjetivo *propio*. Esto también significa que los periódicos analizados no asumen el papel de un observador crítico, sino que presentan el discurso de la información recibida por otros. De

ahí que sólo se escuchen en los periódicos aquellos discursos de actores sociales que tienen la capacidad de aparecer como fuente. Éstos son casi exclusivamente actores institucionalizados.

Por esta reproducción de discursos ajenos en los periódicos gratuitos, tampoco destacan grandes diferencias en los medios analizados. Así, lo que al principio parecía una falta de diversidad por el enfoque hacia un mercado de masas, se muestra ahora como resultado de una práctica de elaboración de noticias que deja poco espacio para la elaboración de una imagen única mediante el contenido.

La falta de diversidad no es el resultado de una "ideología del centro", sino el resultado de la falta de elaboración propia del contenido.

Como resultado, también aquellos artículos, o mejor dicho: fragmentos de artículos que en el análisis presentaban una estructura discursiva claramente diferente a la estructura señalada como hegemónica, muestran estas estructuras alternativas a causa de una fuente específica.

Respecto a la diferenciación social y su vínculo con la exclusión, se puede mostrar que existe una distinción clara en la imagen producida de los inmigrantes y de los autóctonos. Al principio, esta estructura discursiva de distinción crea una exclusión simbólica, aunque, según la teoría del discurso, tiene fuerte relevancia para el campo no discursivo. La tabla 3 muestra las líneas de esta exclusión en los discursos.

Tabla 3. Líneas de exclusión discursiva en los periódicos gratuitos

<i>Nosotros</i>	<i>Ellos</i>
Apariencia mediante denominaciones potencialmente incluyentes (ciudadanos, vecinos).	Diferenciación y uso de denominaciones sin entrecruzamiento con la sociedad mayoritaria (por ejemplo, según nacionalidades).
Percepción en términos de antigüedad	Percepción en términos de invasión
2 formas de contacto con los inmigrantes: - para ayudarles; - para evitar que hagan daño.	2 formas de contacto con la sociedad de acogida: - como receptor de ayuda; - como peligroso (mediante la invasión o mediante la criminalidad).
Parte de las soluciones	Parte de problemas sociales
Semántica de victimización	Semántica de conflicto

El campo de las identidades colectivas es uno de los campos en los que la construcción social del fenómeno está fuera de dudas (Anderson, 1991; Hobsbawm, 1983), y también el que más atención recibe por parte de aquellos investigadores que trabajan con el enfoque del análisis del discurso. Como se dijo en la parte teórica, dominan en este campo enfoques lingüísticos (van Dijk, 2003a y 2003b; Zapata-Barrero y van Dijk, 2007). Estos estudios pueden servir para situar los hallazgos de la presente investigación dentro de un marco más global y mostrar similitudes, pero también diferencias respecto a otros discursos.

En el campo de la inmigración destaca la gran cantidad de estudios del discurso que tienen como objeto de estudio a periódicos de pago (Casero-Ripollés, 2007; Ceimigra, 2003; Giró y Jarque, 2007). Tanto los trabajos mencionados como los innumerables análisis del discurso en el campo de la inmigración apuntan a un sesgo estructural en la forma de hablar o escribir sobre la inmigración. Con metodología diferente, sea con metodología cuantitativa (Ceimigra 2003) o desde la gramática visual (Martínez-Lirola, 2007) y desde actores sociales diferentes, sea en los discursos de las elites (van Dijk, 2003b) o en los discursos orales populares (Aramburu Otazu, 2002; Bañón-Hernández, 1997; Gutiérrez Cruz, Agulló Tomás y Rodríguez Suárez, 2004) y con enfoques diferentes, sea en un contexto global (van Dijk, 2003a) o con ejemplos muy concretos (Bañón-Hernández, 2007), todos los estudios encuentran estructuras discursivas que al fin y al cabo perjudican a la población inmigrante: “En suma, el tratamiento informativo dado al fenómeno de la inmigración en el conjunto de medios se ha estandarizado y rutinizado con un marcado sesgo negativo que remite a la inmigración como conflicto” (Xambó, 2003: 586).

No es éste el lugar idóneo para presentar detalladamente todos estos trabajos. Cada uno de ellos aporta algunos aspectos novedosos y muchas confirmaciones de la estructura común del discurso. Cabe resaltar que esta investigación presenta una confirmación de los hallazgos anteriores, en un campo novedoso que hasta ahora casi no ha sido estudiado (con excepción de Martínez-Lirola,

2007). Como especificidad de los periódicos gratuitos se destaca la escasa elaboración propia de los artículos y la brevedad de las unidades de texto, de tal forma que se ha podido incluso concluir que el discurso de los periódicos gratuitos es el discurso de las fuentes empleadas.

AGRADECIMIENTOS

Se agradece a D.^a Alicia García García su colaboración en la digitalización de los artículos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, L. E. (1998): “El análisis sociológico de los discursos: una aproximación desde los usos concretos, en L. E. Alonso (ed.): *La mirada cualitativa en sociología*, Madrid, Fundamentos.
- ALTSCHULL, J. H. (1984): *Agents of Power: The Role of the New Media in Human Affairs*, Nueva York, Longman.
- ANDERSON, B. R. (1991): *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*, Londres/Nueva York, Verso.
- ARAMBURU OTAZU, M. (2002): *Los otros y nosotros-Imágenes del inmigrante en Ciutat Vella de Barcelona*, Madrid, Ministerio de Educación Cultura y Deporte.
- BAKER, P. (2005). *The Second German Newspaper War*. Disponible en: <http://www.editorsweblog.org/2005/08/the_second_germ.php> (último acceso: 15 de noviembre del 2008).
- BALIBAR, E. e I. WALLERSTEIN (1991): *Raza, nación y clase*, Madrid, IEPLA.
- BAÑÓN-HERNÁNDEZ, A. M. (1997): “La representación discriminatoria de los inmigrantes africanos en el discurso oral”, *Discurso, Teoría y Análisis*, 21/22, pp. 103-132.
- (2007): “El discurso periodístico a propósito del viaje de los inmigrantes pobres”, en R. Zapata-Barrero y T. A. van Dijk (eds.): *Discurso sobre la inmigración en España-Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*, Barcelona, Fundación CIDOB, pp. 45-67.
- BOOS, V. (2005): *Bypassing Regional Identity: A Studie of Identifications and Interests in Scottish and Catalan Press Commentary on Eu-*

- ropean Integration, 1973-1993, Florencia, European University Institute.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2007): "Discurso mediático, inmigración e ilegalidad: legitimar la exclusión a través de la noticia", en R. Zapata-Barrero y T. A. van Dijk (eds.): *Discursos sobre la Inmigración en España-Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*, Barcelona, Fundación CIDOB, pp. 69-90.
- CEIMIGRA, CENTRO DE ESTUDIOS PARA LA INTEGRACIÓN SOCIAL Y FORMACIÓN DE INMIGRANTES (ed.) (2003): *Impacto mediático de la inmigración en la Comunidad Valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana-Conselleria de Benestar Social.
- DIAZ-BONE, R. (2005): "Zur Methodologisierung der Foucaultschen Diskursanalyse", *Forum: Qualitative Social Research* 7. Disponible en línea: <<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-06/06-1-6-d.htm>> (Último acceso: 10 de octubre del 2008).
- FOUCAULT, M. (1979): *La arqueología del saber*, México, Siglo XXI.
- (1999): *El orden del discurso*, Barcelona, Tusquets.
- GIRÓ, X. y J. M. JARQUE (2007): "El discurso editorial sobre inmigración de *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui*, desde El Ejido hasta la cumbre europea de Sevilla (1999-2002)", en R. Zapata-Barrero y T. A. van Dijk (eds.): *Discursos sobre la inmigración en España-Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*, Barcelona, Fundación CIDOB, pp. 17-44.
- GUTIÉRREZ CRUZ, A., E. AGULLÓ TOMÁS, J. RODRÍGUEZ SUÁREZ y M. S. AGULLÓ TOMÁS (2004): "Discursos juveniles sobre inmigración: un análisis psicosociológico en estudiantes de ESO", *Psicothema* 16, pp. 384-399.
- HALL, S. y P. DU GAY (eds.) (1998): *Questions of cultural identity*, Londres, Sage.
- HERZOG, B. (2009a): *Imagen Social y Discriminación Étnica*, Valencia, Ayuntamiento de Valencia.
- (2009b): *Exclusión Discursiva-El imaginario social sobre inmigración y drogas*, tesis doctoral, dirigida por Rafael Xambó y Juan Carlos Valderrama, Universitat de València.
- HERZOG, B., E. GÓMEZ-GUARDEÑO, V. AGULLÓ-CALATAYUD, R. ALEIXANDRE-BENAVENT y J. C. VALDERRAMA-ZURIÁN (2008): "Discourses on Drugs and Immigration: The Social Construction of a Problem", *Forum Qualitative Social Research* 10 (1), art. 7.
- HOBSBAWM, E. (1983): "Introduction: Inventing Traditions", en E. Hobsbawm y T. Ranger (eds.): *The Invention of Tradition*, Cambridge, University Press.
- ÍÑIGUEZ-RUEDA, L. (2006): "El análisis del discurso en las ciencias sociales: variedades, tradiciones y prácticas", en L. Íñiguez-Rueda (ed.): *Análisis del discurso-Manual para las ciencias sociales*, Barcelona, Editorial UOC.
- KELLER, R. (2005a): "Analysing Discourse. An Approach From the Sociology of Knowledge", *Forum: Qualitative Social Research* 6. Disponible en línea: <<http://www.qualitative-research.net/fqstexte/3-05/05-3-32-e.htm>> (Último acceso: 06 de julio del 2007).
- (2005b): *Wissenssoziologische Diskursanalyse-Grundlegung eines Forschungsprogrammes*. Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften.
- LUHMANN, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*, Barcelona, Anthopos.
- MAHONEY, K. P. y J. H. COLLINS (2005): *Consumer Newspaper Choice in Markets with Free Print Options: Are Free Daily Newspapers Competition or Opportunity for Traditional Paid Products?*, comunicación presentada en el Prague Readership Symposium, Praga.
- MARTÍNEZ-LIROLA, M. (2007): "Una aproximación a cómo se construye la imagen de los inmigrantes en la prensa gratuita", *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos* 14.
- MCQUAIL, D. (1994): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós.

- METRO-INTERNATIONAL (2008): *Metro International S.A. Annual Report 2007*. Disponible en línea: <<http://hugin.info/132142/R/1215172/253512.pdf>> (Último acceso: 12 de diciembre del 2008).
- OJD, OFICINA DE JUSTIFICACIÓN DE LA DIFUSIÓN (2008): *Información sobre Diarios*. Disponible en línea: <http://www.introl.es/OJD/Portal/acerca_de_ojd/_v-kge23aq7quUzVFwH3FTg> (Último acceso: 12 de diciembre del 2008).
- PARK, R. (1967 [1940]): "News as form of knowledge", en R. H. Turner (ed.): *On Social Control and Collective Behaviour*, Chicago, Chicago University Press, pp. 32-52.
- PICARD, R. J. (2001): "Strategic Responses to Free Distribution. Daily Newspapers", *JMM* 2 (3), pp. 167-172.
- PRICE, C. (2003): "Threats and opportunities of free newspapers", *INMA* 2 (3), pp. 2-66.
- SPORSTØL, E. (2003): *Free papers in Spain: 20 minutes or here to stay*, Oslo, Master of Science Thesis, Norwegian School of Management.
- TROUINARD, A. (2004): *Les bouleversements des champs organisationnels: Quelles leçons tirer de la Presse Quotidienne Parisienne?*, comunicación presentada en la XIIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Vallée de Seine.
- VAN DIJK, T. A. (1993): "Principles of critical discourse analysis", *Discourse & Society* 4, pp. 249-283.
- (1997): *Discourse as Social Interactions*, Londres, Sage.
- (2003a): *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*, Barcelona, Gedisa.
- (2003b): *Racismo y discurso de las élites*, Barcelona, Gedisa.
- WELSCH, W. (1999): "Transculturality: The Puzzling form of Cultures Today", en M. Featherstone y S. Lash (eds.): *Spaces of Culture. City-Nation-World*, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi, Sage.
- WORLD-ASSOCIATION-OF-NEWSPAPERS (ed.) (2005): *World Press Trends*, París, World Association of Newspapers.
- XAMBÓ I OLMOS, R. (2003): "Inmigración y medios de comunicación", en A. Ariño (dir.): *La inmigración en la Comunidad Valenciana-Situación actual y modelos políticos de integración*, Valencia (inédito).
- ZAPATA-BARRERO, R. y T. A. VAN DIJK (2007): "Introducción: inmigración y discurso", en R. Zapata-Barrero y T. A. van Dijk (eds.): *Discurso sobre la inmigración en España-Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*, Barcelona, Fundación CIDOB, pp. 9-14.