

LECTURA CRÍTICA DE LA PRENSA EN CLASE

La inmigración en los periódicos

Eric Jalain Fernández



Foto: Sonia Felipe

LECTURA CRÍTICA DE LA PRENSA EN CLASE

La inmigración en los periódicos

EDITA: CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA LA PAZ (CIP-FUHEM)

C/ Duque de Sesto 40, 28009 Madrid

Teléfono: 91 576 32 99

Fax: 91 577 47 26

cip@fuhem.es

www.fuhem.es

AUTOR: ERIC JALAIN FERNÁNDEZ*

COORDINACIÓN: BELÉN DRONDA Y LETICIA CASAÑ

EDICIÓN: BELÉN DRONDA

MAQUETACIÓN: ALCE COMUNICACIÓN

IMPRESIÓN: PERFIL GRÁFICO

Madrid 2005

© FUHEM, Fundación Hogar del Empleado

Derechos de reproducción prohibidos. Las solicitudes deben ser dirigidas a CIP-FUHEM.

* Eric Jalain Fernández es especialista en sociología de los medios de comunicación y miembro del Grupo de Aprendizaje Colectivo de Comunicación de la Escuela Popular de la Prospe.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
A . ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL PERIÓDICO	7
A.1. Ubicación y extensión de la noticia	7
√ <i>Actividad: Hojeando y ojeando</i>	9
√ <i>Actividad: Compongamos nuestra propia portada del día</i>	9
A.2. El entorno de la noticia	10
A.2.a – El marco informativo de la noticia	10
√ <i>Actividad: Buceando en el marco</i>	10
A.2.b - Estructuración de las noticias en secciones	11
√ <i>Actividad: Disección de secciones</i>	13
B. LOS LENGUAJES PERIODÍSTICOS	14
B.1. El lenguaje escrito	14
√ <i>Actividad: Traduciendo las noticias</i>	16
B.2. El lenguaje de las imágenes	16
√ <i>Actividad: Leyendo fotos</i>	17
√ <i>Actividad: «Cambiazos» de fotos</i>	18
√ <i>Actividad: Mural fotográfico</i>	19
B.3.El lenguaje de los números	20
√ <i>Actividad: Desmontando los números</i>	20
C. EL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS	22
C.1. La lógica de la narración periodística	22
C.1.a – Los titulares	22
√ <i>Actividad: «Cambiazos» de titulares</i>	23
C.1.b – La estructura de redacción periodística: pirámide invertida y descontextualización	24
√ <i>Actividad: Las 6 ¿?</i>	24
√ <i>Actividad: Las tijeras</i>	25
C.2. Selección y uso de las fuentes de información.....	26
√ <i>Actividad: ¿A quién se da la voz?</i>	27
√ <i>Actividad: Entrevistemos a los protagonistas</i>	28
BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA	29

Hace ya algunas décadas que nos hallamos en la «era de la información», sin embargo, los currículos escolares aún sufren un retraso en la incorporación de esta realidad en las aulas. Si aceptamos que uno de los principales objetivos de la educación es el de democratizar el poder, es decir, dotar de autonomía, de capacidad crítica y formar ciudadanos, urge recuperar dicho retraso. Aunque es cierto que en los últimos años se han introducido asignaturas específicas sobre los medios, como Procesos de Comunicación en la ESO y Comunicación Audiovisual en Bachillerato, ambas son optativas y, sobre todo, tan recientes que aún hay una gran carencia de material didáctico práctico y aplicable en el aula y de experiencia al respecto. En este sentido, esta unidad didáctica pretende ser una pequeña aportación que anime a ir cubriendo la laguna existente.

Nos hemos centrado en el análisis de la prensa escrita por varias razones. Aunque la cultura mediática de la juventud actual no es precisamente la de la prensa sino más bien televisiva, o incluso telemática, cualquier alfabetización ha de comenzar por lo más básico, por lo tanto, la «alfabetización mediática» también. La prensa, origen del periodismo, nos aporta las claves genéricas del discurso mediático, constituyendo además un material mucho más manejable y dúctil que otros medios para trabajar en el aula, lo que desde luego no es baladí. La experiencia parece demostrar que las herramientas desarrolladas por este análisis son después aplicables, con las adaptaciones precisas, a los demás medios.

El fenómeno mediático es, sin duda, complejo y poliédrico, lo que supone una dificultad y, al mismo tiempo, una ventaja. Las múltiples caras de la comunicación mediática permite -y exige- abordarla desde diversas perspectivas, lo que en términos didácticos la dota de transversalidad, es decir, de la posibilidad de ser tratada paralelamente desde diferentes materias como Ciencias Sociales, Lengua y Literatura, Filosofía, Ética, Estadística, Tecnología, además evidentemente de las antes citadas asignaturas específicas. Las propuestas que ofrecemos están pensadas para trabajar tanto desde el campo de la Educación Formal -Secundaria y Bachillerato- como de la Educación No Formal y la Educación de Personas Adultas. Las actividades sugeridas han sido aplicadas en todos estos ámbitos pero la adaptación concreta al nivel y contexto específico dependerá del interés, dedicación y creatividad de los propios docentes.

En lo referente a los contenidos, la comunicación social abarca prácticamente todos los temas pero hemos optado por orientar esta unidad didáctica hacia una temática concreta, la inmigración. La trascendencia y actualidad del fenómeno migratorio en España y la creciente presencia de personas inmigrantes, tanto en los medios como en las aulas, explican esta orientación. Para convivir hay que respetarse, y para respetarse hay que conocerse; pero los medios de comunicación, tan orientados hacia la simplificación y la espectacularidad, no facilitan precisamente dicho conocimiento. Los medios tal vez no sean siempre los responsables de la creación de estereotipos y de prejuicios hacia la población inmigrante, pero sí lo son a menudo de su refuerzo y difusión. Por lo tanto, esta unidad didáctica pretende, también, ser una herramienta para desenmascarar y romper tales estereotipos y favorecer así la convivencia mediante el conocimiento y respeto mutuos.

La información está estructurada comenzando cada apartado con una breve explicación de algunos conceptos básicos, claves e informaciones de interés que permiten situar la cuestión mediática en su relación con el fenómeno migratorio. Se incluyen también en estos apartados cuadros con datos específicos de especial interés -definiciones, estadísticas, léxico, citas-. Con todo ello pretendemos aportar los recursos necesarios para facilitar la explicación de conceptos en el aula, tanto en la introducción previa a la realización de las actividades como en el debate posterior.

A continuación sugerimos una serie de propuestas de actividades, explicadas paso a paso. La metodología elegida es la propia de una educación crítica y transformadora: colectiva, activa y participativa. Las actividades buscan propiciar el aprendizaje por descubrimiento mediante el trabajo en grupo, la reflexión y el debate. El papel del profesor consiste en dinamizar el proceso de aprendizaje planteando cuestiones, resolviendo dudas y moderando los debates. Para facilitar el trabajo colectivo, la mayoría de las actividades se realizan en parte en pequeños grupos, de manera que se fomenta la participación activa de todos los alumnos a la par que se agiliza el trabajo. Aunque no hay un número establecido de alumnos por grupo, conviene que no sean menos de cuatro ni más de seis, para alcanzar un equilibrio entre participación y riqueza de trabajo. Eso sí, esta división por grupos puede obligar al profesor o monitor a buscar asistencia, y siempre que sea posible conviene que cada grupo cuente con un dinamizador (por lo menos a tiempo parcial) que guíe la dinámica.

Un CD-ROM acompaña a esta unidad didáctica con numerosas noticias y materiales seleccionados y preparados tanto a modo de ilustraciones y ejemplos como de asistencia y recursos para desarrollar directamente en el aula. Aunque lo más conveniente es, evidentemente, que a largo plazo los docentes, una vez familiarizados con las dinámicas, busquen y preparen su propio material, actualizado y adaptado a su realidad.

Esta unidad didáctica no es tanto un trabajo personal como el producto de años de trabajo colectivo en el seno de la *Escuela Popular de Personas Adultas de Prosperidad*, en concreto en el *Grupo de Aprendizaje Colectivo de Comunicación Popular*, por el cual ha pasado mucha gente en sus casi siete años de funcionamiento. A todos ellos y a toda la gente de «La Prospe», mi agradecimiento por todo lo que hemos aprendido juntos. La principal fuente de inspiración ha sido el dossier *Técnicas de desinformación: Manual para una lectura crítica de la prensa* y los innumerables talleres y actividades realizados por el Grupo.

Otra fuente de inspiración importante ha sido toda la impresionante labor realizada por Peio Aierbe y el *Centro de Estudios y Documentación sobre racismo y xenofobia MUGAK*. Finalmente, gracias por el interés, los comentarios y las sugerencias a Belén Dronda, a Nieves Zúñiga y a Marijose López.

A . ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN EL PERIÓDICO

A.1. UBICACIÓN Y EXTENSIÓN DE LA NOTICIA

La **jerarquización espacial informativa**, es decir, el lugar y el espacio que se concede a las noticias en el periódico, influye de forma importante en su percepción.

La **ubicación** de las noticias en portada o interior, al comienzo o al final de una sección, en página par o impar, arriba o abajo dentro de una misma página, afectan de manera fundamental a su **visibilidad**, y por lo tanto a su **proyección pública**. Detalles sobre la ubicación de las noticias que pueden parecerse más o menos casuales están, en realidad, ampliamente estudiados e incorporados a los hábitos cotidianos de estructuración de la prensa escrita. Por ejemplo, estudios sobre la mecánica de lectura revelan que las **páginas impares** resultan siempre **más visibles** que las **pares**, y que el **orden de lectura** de una página compuesta de periódico sigue el **recorrido de la mirada en Z**, es decir, la esquina superior izquierda es la más visible mientras que la inferior derecha es la menos visible.

También, evidentemente, la proyección pública de un acontecimiento depende de su **extensión** informativa, en otras palabras, del **espacio dedicado** a la noticia, en número de páginas o porción de página, (*extensión espacial*) así como del número de **días** durante los cuales el periódico hace **seguimiento** del acontecimiento (*extensión temporal*).

Claves e informaciones de interés

Los criterios por los cuales el periódico concede a los acontecimientos cierta ubicación y extensión, y por lo tanto cierta visibilidad y proyección, no dejan de ser bastante **subjetivos**. Que un acontecimiento resulte «más o menos noticiable» depende de una compleja mezcla de factores y circunstancias difíciles de desentrañar que no siempre se ajustan precisamente a su relevancia. Aquí entran en juego los intereses, recursos y dependencias de los periodistas, de los redactores-jefe o del propio periódico (*véase el Cuadro A-1*), así como la espectacularidad del acontecimiento o las «modas informativas», que hacen que de repente un tema se convierta en el centro de atención de las portadas hasta que el público se satura y entonces desaparece.

Cuadro A-1: ¿Quién decide qué es noticia?

«Soy el jefe ejecutivo, establezco la política de empresa y no me voy a rodear de gente que no esté de acuerdo conmigo... Me rodeo de gente que por regla general piensa como yo» (Otis Chandler, directivo del periódico Los Angeles Times¹).

Los medios de comunicación, como cualquier empresa, están organizados siguiendo una **rígida jerarquía de mando**:

- Los **propietarios**, socios e inversores, que controlan el capital de la empresa, y suelen influir considerablemente en la *línea editorial* del medio.

¹ Citado en LEE, M. y SOLOMON, N. (1990). *Unreliable sources: a guide to detecting bias in news media*. New York: Carol Publishing Group, p.93.

- La cúpula directiva, o **consejo de dirección**, que define y supervisa la política y orientación del medio.
- El **consejo de redacción** reúne a los jefes de sección para decidir las portadas y la *agenda temática*.
- Los **redactores-jefe** organizan y coordinan a los periodistas, les asignan las noticias a cubrir y su extensión, definen la composición de las páginas, los titulares y fotografías, e incluso recortan frases o párrafos o devuelven la noticia al periodista con instrucciones para que vuelva a redactarla.

Léxico básico:

- *Agenda temática o «Agenda Setting»*: Serie de temas o acontecimientos que el consejo de redacción decide que van a ser las noticias del día.
- *Línea editorial*: Es la orientación ideológica y política del medio que afecta a toda su línea informativa.

El **fenómeno migratorio** es, desde hace algunos años, uno de los centros de interés de nuestra prensa, en paralelo a la creciente presencia de inmigrantes en nuestro país. Pero, ¿qué tipo de noticias se destacan y cuáles se marginan?, ¿qué hechos relacionados con la inmigración pasan a la portada y cuáles se quedan en breves?

Cuadro A-2: La inmigración en crónica de breves

La información sobre inmigración en la prensa española, aunque relativamente abundante, es básicamente una crónica de breves, como lo demuestran las siguientes cifras sobre la **extensión de las noticias de inmigración**:

Noticias de <i>menos de 50 líneas</i> :	48,2 %
Noticias <i>entre 50 y 150 líneas</i> :	44,8 %
Noticias de <i>más de 150 líneas</i> :	7 %

Estos resultados proceden del análisis de 10 periódicos, 2 de tirada nacional, 3 autonómicos y 5 provinciales. Fuente: MUGAK, (2003) *Análisis de prensa 2002. Inmigración, racismo y xenofobia*, p.26.

- Las noticias de *menos de 50 líneas* son lo que se denominan *breves*, que además de una visibilidad reducida tan sólo permiten un tratamiento muy superficial de la información.
- *Entre 50 y 150 líneas* son noticias algo más visibles pero que tampoco permiten profundizar excesivamente en los acontecimientos.
- *A partir de 150 líneas* se puede comenzar a llevar a cabo un tratamiento con mayor profundidad y la visibilidad es más notable.

✓ Actividad: Hojeando y ojeando

- Objetivo:** Darse cuenta que la estructuración de la información no es casual sino que sigue pautas de visibilidad.
- Desarrollo:** Dado que se trata de una actividad puramente introductoria, unos 20 minutos de práctica suelen resultar suficientes.

Se reparte un periódico a cada persona o por parejas. Se pide que contabilicen en cuántas páginas pares y en cuántas páginas impares se sitúan los anuncios de publicidad de página completa.

En la puesta en común cada persona presenta sus resultados. Una vez constatado que la gran mayoría de estos anuncios están en páginas impares, se explica que insertar publicidad en estas páginas siempre es bastante más caro que en las pares, debido a su mayor visibilidad.

✓ Actividad: Compongamos nuestra propia portada del día

La portada presenta los cuatro o cinco acontecimientos que el periódico considera como los más importantes del día, determinando que sean sin lugar a dudas las noticias más visibles y con mayor proyección pública. La portada es, pues, la cabeza de la jerarquía espacial informativa.

- Objetivo:** Descubrir la arbitrariedad, subjetividad y orientación de la asignación de noticias a la portada del día.

Preparación previa: Se elige del periódico de un día quince o veinte noticias lo más diversas posibles: de todas las secciones, de página completa y breves, incluyendo las tres o cuatro noticias de portada. Se resume cada noticia en una frase, evitando reproducir los titulares, y se confecciona así una lista de noticias. (*Véase en el CD-ROM material preparado a modo de ejemplo*).

- Desarrollo:** Requiere 2 horas aproximadamente.

Introducción: Tras ver rápidamente con toda la clase en qué consiste una portada de periódico, repartiendo algunos ejemplares entre los alumnos, se divide la clase en pequeños grupos (*15 minutos como máximo*).

Lectura: Cada grupo elige un alumno «portavoz» que tomará notas de lo que se dice para la posterior puesta en común. Se reparte a cada miembro de cada grupo una copia de la lista de noticias para que la lea individualmente. Cuando todos han acabado, comentan brevemente entre ellos las noticias para despejar dudas y, si fuera necesario, se acude al dinamizador (*10-15 minutos*).

Elijiendo nuestra portada: Se pide que cada persona escoja de la lista las tres o cuatro noticias que considera más importantes, o que más les afectan, y que personalmente piensa que deben ir en portada². A continuación se hace una ronda en la que cada uno lee cuáles ha escogido y explica brevemente por qué y, tras ello, cada grupo elige las cinco noticias más comentadas que compondrán su portada. (*30-40 minutos, según el número de componentes del grupo*).

Elijiendo la portada de toda la clase: En la puesta en común cada portavoz explica brevemente qué noticias ha elegido su grupo como portada. El dinamizador toma notas y se calcula cuáles han sido las tres o cuatro noticias más elegidas por el conjunto de los

² Es importante explicar muy claramente que hay que elegir lo que haría cada uno personalmente en función de la información disponible, y NO lo que se cree que puede haber hecho el periódico, que es una tendencia que se tiene a menudo como espectador pasivo.

Continuidad:

grupos. Al acabar se reparten copias de la portada original para comparar los resultados y se abre un debate sobre el tema³. (40 minutos aprox.).

Se puede acabar componiendo la propia portada de la clase, ordenando en la misma las noticias según sus puntuaciones, siguiendo la técnica de composición en Z. Se coloca esta portada en un mural junto a la original, con un resumen explicativo de la dinámica así como de las principales ideas y argumentos surgidos durante el debate.

A.2. EL ENTORNO DE LA NOTICIA

A la hora de estudiar la estructuración de la información no basta con analizar la noticia en sí, sino que también es importante fijarse en lo que la rodea, es decir, en el entorno informativo. La noticia no es una pieza aislada dentro del periódico sino que es un elemento que interacciona con las otras noticias a su alrededor (marco informativo) y que está inserto en un contexto temático (sección).

A.2.a - EL MARCO INFORMATIVO DE LA NOTICIA

El marco o contexto informativo en el que se inserta una noticia se compone de **las otras noticias de la página**, que la rodean con sus **titulares** y sus **fotos**. La mayor parte de las veces este marco es casual e inconexo, y responde a la lógica temática de las secciones (véase el apartado A.2.b, Estructuración de las noticias en secciones), al espacio disponible, etc. Pero en ocasiones, independientemente de su intencionalidad, la composición del marco puede influir notablemente en la percepción e interpretación de una noticia.

Claves e informaciones de interés

La composición de la página puede afectar de manera muy sutil a la interpretación de un acontecimiento, ofreciendo una **asociación visual** más o menos inconsciente de situaciones y noticias que formalmente son independientes. La influencia del marco no es tanto un efecto puntual como algo que opera **por repetición y a largo plazo**, a base de ir asociando rutinariamente ciertos acontecimientos.

Así, por ejemplo, es muy frecuente encontrar las noticias sobre inmigración (especialmente los breves que, como hemos visto, suponen casi la mitad de lo publicado al respecto) **rodeadas** de los típicos casos de **sucesos**: delitos, operaciones policiales, conflictos, accidentes, etc.

Hasta el 65,5% de las noticias sobre inmigración se publican enmarcadas entre sucesos⁴ lo que contribuye a **relacionar** inconscientemente y por repetición la **inmigración** con **conflictividad y problemas**.

✓ Actividad: Buceando en el marco

Objetivo: Analizar en qué marco de noticias se insertan las relativas a la inmigración y cómo esto afecta a su percepción.

³ Si a pesar de la dinámica, cuesta arrancar el debate, se puede empezar planteando a los alumnos cómo piensan ellos que se decide en un periódico la portada del día, introduciendo así el tema de la jerarquía de mando del periódico (véase el Cuadro A1).

⁴ MUGAK, Centro de Estudios y Documentación sobre racismo y xenofobia (2003). *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*. p.21.

Desarrollo:

Introducción: Se explica en qué consiste el marco informativo de una noticia. Para facilitar la comprensión de este concepto que inicialmente puede resultar algo ambiguo y abstracto, conviene ver en clase algún ejemplo seleccionado (*véase en el CD-ROM material seleccionado a modo de ejemplo*). Se elige un periodo de tiempo (mínimo 1 semana, máximo 1 mes) y se divide la clase en pequeños grupos asignando un periódico diferente a cada uno.

Recolección: Cada grupo localiza en su periódico todas las noticias referidas a la inmigración y analiza el tipo de noticias y de fotos que las rodean y su temática, prestando especial atención a los sucesos al final de las secciones de *Sociedad* y de *Nacional*⁵.

Puesta en común y debate: Al final del periodo establecido cada grupo expone los ejemplos encontrados de noticias de inmigración que aparecen rodeadas de sucesos o de noticias y fotos catastrofistas o sensacionalistas. Tras esto se abre un debate sobre los marcos informativos imperantes y su influencia en la percepción e imagen de la inmigración.

Variante:

Resulta interesante combinar esta actividad con la siguiente (*Dissección de secciones*) como se explica más adelante.

A.2.b - ESTRUCTURACIÓN DE LAS NOTICIAS EN SECCIONES

Todo periódico está dividido en secciones informativas que responden generalmente a dos criterios distintos:

- *Secciones de alcance:* Son las que definen el **ámbito geográfico** en el cual el acontecimiento tiene relevancia o alcance. Las más comunes son: *Nacional, Internacional, Regional* e incluso *Local*.
- *Secciones especializadas:* Son las que definen la **naturaleza del acontecimiento** o el punto de vista desde el cual se interpreta. Las más comunes son: *Sociedad, Cultura, Economía y Deportes*.

El periódico aplica igualmente en su **ordenación** de las secciones el principio de **jerarquización espacial** informativa, es decir, sitúa en las primeras páginas las secciones que considera más importantes, de manera que atendiendo al orden de lectura sus noticias van a lograr mayor visibilidad.

Normalmente, se suelen situar **primero las secciones de alcance**, -*Nacional, Internacional, Regional y Local*- cuando se trata de periódicos de tirada nacional, o el orden inverso en los de tirada autonómica o provincial. A estas suelen seguir **después las secciones especializadas**, -*Sociedad, Cultura, Economía y Deportes*- en ese orden.

Claves e informaciones de interés

La división de la realidad en secciones no es, evidentemente, natural a los hechos sino que depende del **criterio subjetivo** de cada periódico. En teoría, tal división se realiza para ordenar la información y facilitar su comprensión, pero a veces lo que logra es dispersar y aislar la información por un lado, y por otro confundir y marginar ciertos aspectos de los acontecimientos.

⁵ Aunque la sección de *Sucesos* ya ha desaparecido como tal de prácticamente todos los periódicos, este tipo de noticias sigue publicándose en otras secciones, especialmente en *Sociedad* y a veces en *Nacional* o *Regional*.

Cuadro A-3: Disección de secciones

Estas son las **proporciones** en las que han aparecido las **noticias sobre inmigración** en las **diferentes secciones**:

2002		2003 (oct.–dic)	
Nacional	9,2 %	Nacional	26,9 %
Regional	18,1 %	Regional	26,9 %
Sociedad	17 %	Sociedad	22,6 %
Internacional	15 %	Internacional	2,8 %
Otras (Portada, Suplementos)	7,2 %	Otras	9,7 %
Opinión	9,5 %	Opinión	8,8 %
Economía	2,1 %	Economía	0,9 %
Cultura	1,4 %	Cultura	1,1 %

Estos resultados proceden del análisis de 10 periódicos, 2 de tirada nacional, 3 autonómicos y 5 provinciales.
 Fuentes: MUGAK (2003) *Análisis de prensa 2002. Inmigración, racismo y xenofobia*, p 24; y MUGAK (2004) *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa. Octubre-diciembre 2003*, p. 82.

¿En qué secciones aparecen las noticias sobre inmigración y desde qué punto de vista? El *Cuadro A-3* resulta bastante esclarecedor sobre las frecuencias de cada sección. La sección dominante es la de **Nacional** -jerárquicamente la **más visible**-, que concentra **casi un tercio** de las noticias sobre inmigración, en su inmensa mayoría referidas a cuestiones de **política migratoria**: control, leyes, criminalidad y declaraciones políticas. En su conjunto, son noticias que tratan la inmigración como un problema.

La siguiente sección es la de **Regional** (**más de una cuarta parte** de las noticias) que aunque también incide especialmente en cuestiones de control y seguridad, incluye temáticas más diversas de convivencia social y cultural.

La sección de **Sociedad** concentra **cerca de una cuarta parte** de las noticias sobre inmigración y supone a menudo un «**cajón de sastre**» donde se mezclan temas sociales, sucesos, curiosidades científicas y numerosas anécdotas. En lo referente a la inmigración, casi la mitad de las noticias de esta sección se refieren al **control de la inmigración**, algo más de una cuarta parte a **convivencia social** (normalmente a raíz de algún conflicto entre la población inmigrante y la autóctona) y una quinta parte a inmigrantes involucrados en **sucesos** y delitos.

Las dos secciones con menos noticias sobre inmigración son **Economía** y **Cultura** (entre un 1% y un 2% del total). Estas son además las secciones más especializadas y, por lo tanto, jerárquicamente más marginadas y dirigidas a un público minoritario. Sin embargo, **los aspectos más positivos del fenómeno migratorio son precisamente de carácter económico y cultural**: por un lado, todos los beneficios en términos de trabajo, aportaciones a la Seguridad Social y demográficas (aumento de la natalidad) (véase el cuadro A-4) y, por otro lado, todas las riquezas culturales que traen consigo los inmigrantes (arte, música, fiestas, gastronomía, etc.).

Los aspectos más positivos de la inmigración, sus aportaciones económicas y culturales quedan, pues, relegados a unas escasísimas noticias en unas secciones marginales, frente a un aplastante aluvión de noticias de carácter negativo centradas en cuestiones de control, conflictos y sucesos.

✓ Actividad: Disección de secciones

Objetivo: Analizar qué secciones prestan más atención a la inmigración y cuáles menos.

Desarrollo:

Introducción: Se explica el concepto de sección informativa y los tipos de secciones existentes. Se elige un periodo de tiempo (mínimo 1 semana, máximo 1 mes) y se asignan diferentes periódicos por grupos.

Recolección: Cada grupo localiza en su periódico todas las noticias referidas a la inmigración y consigna las secciones en las que aparecen y su temática: políticas migratorias, control de entrada, convivencia social y cultural, sucesos, criminalidad, aportaciones de la inmigración, etc.

Puesta en común y debate: Al final del periodo cada grupo expone las cifras recolectadas en el periódico asignado en términos de número de noticias de inmigración por secciones. Resulta interesante y esclarecedor calcular los porcentajes de cada sección. Por último, se abre un debate sobre las frecuencias informativas según secciones relacionándolas con las temáticas tratadas.

Variante: Combinando esta actividad con la anterior se aprovecha la labor de localización de noticias por secciones para analizar, también, el marco informativo que rodea a estas noticias y trabajar así conjuntamente ambos factores del entorno informativo.

Cuadro A-4: Desmintiendo ideas falsas

Una de las principales características del racismo y de la xenofobia es la circulación entre la población autóctona de numerosas ideas falsas, simplificaciones, exageraciones alarmistas, prejuicios y todo tipo de informaciones erróneas en torno al fenómeno migratorio. Exponemos a continuación datos que contrarrestan algunos de los prejuicios más comunes.

«La inmigración se ha convertido en una auténtica invasión»

Aunque es cierto que ha aumentado notablemente en los últimos años, un 20% de los extranjeros son ciudadanos de la UE, que no suelen identificarse como «inmigrantes» (500.000 de 2,5 millones de extranjeros regularizados y no regularizados). Además, hay 2 millones de españoles que residen en el extranjero (emigrantes).

«Los inmigrantes quitan trabajo a los españoles»

Según datos del Instituto Nacional de Empleo (INEM) en julio de 2003 quedaron cerca de 152.000 ofertas de empleo sin cubrir. En los últimos 5 años, que es cuando más se ha incrementado la inmigración, el paro ha descendido.

«Los inmigrantes son una carga para el Estado de bienestar español»

Según el Imsero, en 2003 la aportación de los inmigrantes a las arcas del Estado fue superior en 1.124 millones de euros a lo que éstas gastaron en ellos. Según el Ministerio de Trabajo, proporcionan unos beneficios netos del 0,3 % del PIB. En 2002 han supuesto el 5,36% de cotizantes de la Seguridad Social y el 10,4% de los nacimientos, y según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, España aún necesita 10 millones de inmigrantes más hasta el año 2050 para mantener su crecimiento y garantizar el sistema público de pensiones.

Fuentes: *El País*, 09/07/03; *Expansión*, 12/09/03; *El País*, 09/12/03.

B – LOS LENGUAJES PERIODÍSTICOS

B.1. EL LENGUAJE ESCRITO

Toda comunicación requiere un **lenguaje** para representar la realidad, y toda representación es una interpretación, por lo tanto, un **punto de vista**, subjetivo y con cierta orientación.

Además de la elección de determinado vocabulario o léxico, la narración periodística acude también a menudo a ciertas figuras literarias como los eufemismos y las metáforas.

Claves e informaciones de interés

«Es en esta idea de amenaza global en la que insisten todas esas metáforas que (re)presentan las migraciones como “olas”, “avalanchas”, “aludes”, “invasiones”, es decir, como catástrofes naturales y/o agresiones militares.»⁶

La elección del léxico y de otras figuras lingüísticas puede venir determinada por diversos factores: el estilo e ideas del periodista, la economía de tiempo y espacio, la reproducción del estilo de las fuentes de información (declaraciones e informes institucionales o policiales, comunicados, ruedas de prensa, etc.).

En el tratamiento periodístico del fenómeno migratorio se pueden distinguir dos tendencias bastante generalizadas: la **criminalización** y el **catastrofismo**.

La criminalización hace que un fenómeno como el migratorio, que debería suscitar un debate en torno a los derechos humanos, a la justicia social y al orden socioeconómico internacional, se acabe percibiendo casi exclusivamente como un **problema de seguridad**.

Una polémica ya clásica en torno al léxico utilizado en la información sobre personas inmigrantes es la que rodea al término «**ilegal**», sobre todo cuando, por cuestiones de comodidad, economía y falta de sensibilidad del redactor, pierde su naturaleza de adjetivo («los inmigrantes *ilegales*») para convertirse en un sustantivo («los *ilegales*»). Ninguna persona puede ser ilegal, en todo caso tan sólo pueden serlo sus actos o el producto de los mismos. El efecto evidente de esta perversión lingüística es la **criminalización** de todo un colectivo de personas, que son así automáticamente categorizadas en su conjunto como delincuentes. La repetición mediática cotidiana de esta perversión conduce a que hoy en día baste únicamente con mencionar el término «ilegales» para que el público lo entienda inmediatamente como una referencia a «inmigrantes». Esto «produce el efecto de justificar las acciones que contra ellos pueda realizar la policía, de tal forma que no se requiera ni siquiera de una explicación de las causas de las detenciones.»⁷ Tras numerosas campañas de denuncia y sensibilización de algunas ONG, determinados medios de comunicación están reemplazando el término «ilegal» por «irregular», que resulta más ajustado a la realidad, a pesar de lo cual la palabra «ilegal» aún se puede leer en muchas noticias.

⁶ SANTAMARÍA, E. «(Re)presentación de una presencia. La “inmigración” en y a través de la prensa diaria», *Archipiélago*, nº 12, p.70.

⁷ MAZKIARAN, M. (2003). «El tratamiento de los medios de comunicación sobre inmigrantes irregulares», *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*, MUGAK, p. 105.

En el mismo campo semántico de la criminalidad y de la seguridad policial, otra expresión que abunda en las noticias sobre inmigración es el verbo «**interceptar**». Según el diccionario de la Real Academia Española, significa: «Detener *algo* en su camino.», es decir, un objeto (*véase el Cuadro B-1*). Se trata de una palabra muy propia del **lenguaje policial** («interceptar un alijo de drogas o un vehículo robado»), e incluso del **lenguaje militar** («interceptar un misil, un avión»). Pero los medios de comunicación hablan a menudo de «interceptar inmigrantes», refiriéndose a la detención de personas que llegan a nuestro país de manera irregular, ya sea en pateras o en otros medios de transporte. Este uso **cosifica** a los inmigrantes y los inserta en un entorno semántico de operaciones policiales e incluso militares.

El lenguaje militar es precisamente un campo semántico muy próximo al policial que también encontramos con frecuencia en noticias de inmigración: no es raro leer las palabras «**expedición**» y «**desembarco**» para referirse a la llegada de pateras, o incluso el término «**invasión**» cuando la noticia se refiere a cifras globales. Tal lenguaje suscita lógicamente en el lector una representación del fenómeno migratorio como un **escenario bélico**. Y toda guerra tiene enemigos. Una vez dibujado este escenario, no es de extrañar que, por ejemplo, se acoja con cierta naturalidad noticias sobre despliegues de soldados españoles en la frontera con Marruecos para evitar el paso irregular de personas.

Otro campo semántico habitual en el lenguaje periodístico en relación con la inmigración es el **catastrofismo**. En este sentido, abundan las metáforas que describen la llegada de inmigrantes como si de una catástrofe natural se tratara, con términos como: «**oleada** de inmigrantes», «**marea**», «**aluvión**», «**riada**», «**avalancha**», «**fronteras permeables**»; acompañados de los verbos correspondientes: «**desbordar**», «**colapsar**», «**invadir**». Una catástrofe natural no suele tener causas claras, ni motivos ni explicación, es simplemente un fenómeno peligroso y alarmante que se produce espontáneamente y frente al cual lo único que se puede hacer es tomar medidas de seguridad inmediatas para contenerlo y frenarlo.

Cuadro B-1: Lo que nos dice el diccionario

Aluvión:	Avenida fuerte de agua.
Avalancha:	Alud.
Colapso:	Dstrucción, ruina de una institución, sistema, estructura.
Expedición:	Excursión para realizar una empresa en un punto distante. <i>Expedición militar, naval, científica.</i>
Desbordar:	Salir de los bordes, derramarse.
Desembarco:	1. Acción de desembarcar (salir de una embarcación). 2. <i>Mar.</i> Operación militar que realiza en tierra la dotación de un buque o de una escuadra, o las tropas que llevan.
Ilegal:	<i>adjetivo.</i> Que es contra ley.
Interceptar:	1. Apoderarse de algo antes de que llegue a su destino. 2. Detener algo en su camino. 3. Interrumpir, obstruir una vía de comunicación.
Invadir:	1. Irrumpir, entrar por la fuerza. 2. Ocupar anormal o irregularmente un lugar. 3. <i>Biol. y Med.</i> Dicho de agentes patógenos: Penetrar y multiplicarse en un órgano u organismo.
Marea:	1. Movimiento periódico y alternativo de ascenso y descenso de las aguas del mar, producido por la atracción del Sol y de la Luna. 2. Parte de la costa que invaden las aguas en el flujo o pleamar.
Oleada:	Embate y golpe de la ola.
Permeable:	Que puede ser penetrado o traspasado por el agua u otro fluido.
Riada:	Avenida, inundación, crecida.

Definiciones extraídas del Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española, 22ª ed., 2001.

✓ Actividad: Traduciendo las noticias

Objetivo: Tomar conciencia y reflexionar sobre el significado y matices de ciertas expresiones usuales en el lenguaje periodístico o institucional en relación con el fenómeno migratorio.

Preparación previa: Se fotocopia o se escribe en tarjetas frases que contengan expresiones habituales en la prensa sobre movimientos migratorios, subrayándolas o remarcándolas en negrita (véase el Cuadro B-1). Es preferible que se trate de extractos reales de artículos y titulares publicados (véase en el CD-ROM material preparado a modo de ejemplo).

Desarrollo: Se requiere 1 hora y 30 minutos aprox.

Lectura: Se divide la clase en pequeños grupos y cada uno de los cuales elige un alumno «portavoz» que tomará notas de lo que se discute en el grupo para la posterior puesta en común. Se reparte a cada miembro de cada grupo una tarjeta con una frase que ha de analizar⁸. (5-10 minutos).

Ronda explicativa: Se hace una ronda en la cual cada persona lee su frase y explica a los demás miembros de su grupo el significado de las palabras subrayadas o destacadas en negrita, así como la impresión general que transmite la frase. Si hay alguna duda de léxico o de sentido, se intenta aclarar colectivamente y si fuera necesario, se acude al dinamizador. (10-15 minutos).

Buscando en el diccionario: Cada persona busca en un diccionario la definición de la palabra subrayada o destacada en su frase y la lee a los demás. Tras esto se abre un breve debate sobre las diferencias entre las definiciones del diccionario y el sentido de esas palabras en las frases y se buscan palabras o expresiones alternativas a las periodísticas. (30 minutos como máximo).

Puesta en común y debate: Reunida toda la clase, cada portavoz explica las palabras que han analizado en su grupo, las principales reflexiones e ideas surgidas al respecto y las expresiones alternativas que propone su grupo. Después de la presentación de todos los grupos, se abre un debate sobre el uso del lenguaje en la información sobre inmigración en la prensa y los efectos que esto produce en la sociedad. (30 minutos aprox.).

B.2. EL LENGUAJE DE LAS IMÁGENES

Las fotografías de prensa pueden cumplir varias **funciones** en su interacción con la noticia que ilustran:

- *Verificar* visualmente la información, mediante una imagen que ilustra y ratifica el contenido del texto.
- *Completar* visualmente la información, añadiendo nueva información a la contenida en el texto.
- *Modificar* visualmente la información, mediante una imagen que cambia y reorienta, y a veces hasta contradice en cierta medida el contenido del texto, aportando connotaciones o matices que pueden suavizarlo, exagerarlo o cambiarlo.
- *Destacar* visualmente la noticia, cuando la imagen no aporta realmente casi ninguna información relevante, por lo que su papel se reduce a llamar la atención sobre la noticia.

⁸ Normalmente el número de alumnos suele ser bastante superior a la cantidad de expresiones disponibles para analizar, por lo que es conveniente trabajar en parejas dentro de los pequeños grupos, distribuyendo una frase diferente a cada una. También se puede buscar diferentes frases con una misma expresión o palabra, lo que permite que las expresiones ganen en riqueza de matices al presentarse contextualizadas en varias frases diferentes.

Las dos primeras funciones (*verificar* y *completar*) son las más explícitas, mientras que las dos segundas (*modificar* y *destacar*) tienen una influencia menos reconocible o consciente. Muchas fotografías suelen cumplir varias funciones a la vez, y a menudo la diferencia entre una función y otra resulta bastante difusa y ambigua, y por lo tanto sujeta a la interpretación.

Claves e informaciones de interés

«Por su evidente fuerza, las imágenes nos captan inmediatamente y producen indefectiblemente un efecto de verdad. Pero la verdad es siempre una construcción.»⁹

El lenguaje visual resulta mucho más complejo y ambiguo que el escrito, y se caracteriza sobre todo por la **apariencia de objetividad** que lo rodea. La fotografía se percibe a menudo como «un fragmento de la realidad misma», por lo que logra una credibilidad muy superior al texto. La mayor parte del público no somos muy conscientes de que las fotos, como cualquier otro documento, también se **construyen y diseñan** mediante un **lenguaje propio** y ciertas **técnicas visuales**: selección de personajes, de planos, perspectivas y encuadre, iluminación, lentes y otros dispositivos técnicos, uso de símbolos, etc. Para iniciarse en una lectura crítica visual, hay que partir de la idea de que *una fotografía no es un fragmento de realidad, sino una representación de la misma y, por lo tanto, una interpretación*. Dicho de otra manera, la fotografía es un **punto de vista**, en todos los sentidos.

Otro efecto de las fotografías de prensa es su **gran vistosidad** en comparación con el resto de la composición del periódico, lo que incrementa su capacidad de **captación de la atención**, algo fundamental en un entorno de **saturación informativa** como el actual. Debido a la gran cantidad de información que contiene el periódico diariamente, la mayoría del público lo hojeamos rápidamente, deteniendo tan sólo la vista en sus elementos más llamativos que son algunos titulares y, precisamente, las fotos. Así que, en gran medida, la visión que tenemos de la actualidad, incluso a través de los periódicos, está más compuesta por algunas instantáneas fotográficas que por información textual.

✓ Actividad: Leyendo fotos

En la era mediática en la que vivimos resulta imprescindible, «alfabetizarse» de forma crítica en la lectura visual. La mejor forma de familiarizarse con el análisis de un lenguaje tan ambiguo y complejo como el visual es de forma práctica y colectiva, como proponemos a continuación.

Objetivos:

- Distinguir las principales funciones de las fotos: *verificar*, *completar*, *modificar* y *destacar* la noticia.
- Aprender a analizar las técnicas del lenguaje visual: escenario, composición, personajes, plano, perspectiva, encuadre, recursos técnicos (lentes deformantes, iluminación, etc.), simbolismos.

⁹ Jean-Louis Comolli, realizador de documentales, citado en ROSKIS, E. «Mentiras de cine: La manipulación de los archivos», *Le Monde Diplomatique*, nº 25, noviembre 1997.

Preparación previa: Se busca cierto número de noticias con fotos. Conviene hacer una selección de manera que, por un lado, muchas de ellas ilustren noticias sobre inmigración y, por otro lado, tengan suficiente variedad en cuanto a las funciones y técnicas visuales que queremos analizar. Se hacen juegos de 4 ó 5 fotos, a ser posible, un juego diferente para cada grupo de dos o tres personas.

Desarrollo: Se requiere unas 2 horas aproximadamente.

Introducción: Se explica con cierto detalle y utilizando ejemplos las principales funciones de las fotos y las técnicas básicas del lenguaje visual (40 minutos aprox.).

Leyendo fotos: Se divide la clase en parejas o tríos y se reparte a cada uno de ellos un juego de fotos y se les pide que identifiquen las funciones de cada foto, así como las técnicas visuales más destacadas (40 minutos como máximo).

Puesta en común y debate: Reunida toda la clase, cada pareja enseña sus fotos y resume brevemente su lectura de las mismas. Se cierra la actividad con un pequeño debate en torno a las funciones y técnicas fotográficas. (40 minutos aprox.).

✓ **Actividad: «Cambiazos» de fotos.**

Un fenómeno relativamente común en la prensa actual consiste en que, a veces, el mensaje visual de las fotos apenas se corresponde con el contenido del texto de la noticia, o lo *modifica* tanto que da lugar a interpretaciones dispares y contrapuestas.

Objetivo: Comprobar la influencia de la foto en la percepción de la noticia, y si se ajusta a su contenido. Fomentar la lectura crítica visual.

Preparación previa: Se busca una noticia cuya fotografía resulte especialmente ambigua, orientada o contradictoria, de tal modo que se evidencie la cuestión y se anime el debate. Se realiza una copia suprimiendo la foto y dejando un espacio en blanco en su lugar. Se buscan 4 ó 5 fotos alternativas cuyo contenido ilustre mejor la noticia y se preparan para aplicar el «cambiazos».

Este paso previo puede realizarse de una *forma más simple*: realizando copias de las fotos alternativas ajustándolas al mismo tamaño que la foto suprimida, o bien de *forma más elaborada*: escaneando las fotos alternativas y ajustándolas en la página de la noticia en el lugar de la foto suprimida. Este segundo método es más trabajoso pero su efecto es mucho más realista¹⁰ (véase en el CD-ROM material preparado a modo de ejemplo).

Desarrollo: Se requieren 2 horas aprox.

Introducción opcional (sólo es necesaria si no se ha hecho la actividad anterior): Se explica con ejemplos las principales funciones de las fotos y las técnicas básicas del lenguaje visual, sin profundizar en exceso pues ya se hará colectivamente durante el debate final (30 minutos como máximo).

Lectura: Se divide la clase en pequeños grupos, cada uno de ellos elige un «portavoz» que tomará notas de lo que se dice para la posterior puesta en común. Se reparte a cada persona una copia de la noticia con la foto suprimida y su espacio en blanco. Cada

¹⁰ Conviene en ambos casos adaptar también los pies de foto, para lograr que el efecto de los «cambiazos» de fotos resulte más realista.

alumno ha de leer individualmente la noticia de manera comprensiva (subrayando, anotando). (10-15 minutos, según extensión de la noticia).

Ronda explicativa: Dentro de cada grupo, se hace una ronda rápida en la cual cada alumno describe brevemente el contenido de la noticia, con el fin de aclarar dudas o malentendidos y aproximarse a una interpretación de grupo. (15-20 minutos, según el número de componentes del grupo).

Ilustrando: Se reparte a cada alumno un juego de fotos del mismo tamaño que incluya la foto originariamente publicada, o bien copias de la noticia con diferentes fotos (entre ellas la original), según se haya preparado la actividad. Sin decir cuál fue la foto originariamente publicada con la noticia, se pide que cada persona elija la que considera que ilustra con mayor fidelidad el contenido de la noticia en función de lo leído.¹¹ Cuando todos han acabado, se hace una ronda en la que cada persona presenta la foto elegida y se selecciona una «foto de grupo», o dos como máximo si las propuestas son muy dispares. (20 minutos como máximo).

Puesta en común y debate: Reunida toda la clase, cada portavoz presenta la foto seleccionada por su grupo, explicando las razones de la elección. Tras todas las presentaciones, se reparten copias de la noticia con la foto original y se compara con las elegidas por cada grupo. Por último, se abre un debate sobre las fotos de prensa en general y sobre las imágenes que rodean a la inmigración en particular y de cómo afectan y modelan las percepciones del público. (30 minutos aprox.).

Continuidad: Se puede acabar realizando un mural con la noticia y su foto original, y las noticias con las fotos de grupo, así como un resumen de las principales ideas y argumentos surgidos durante el debate.

✓ Actividad: Mural fotográfico

El efecto de las fotografías no suele ser tanto puntual como acumulativo. A menudo se da un tratamiento cotidiano visualmente muy uniforme de determinados temas, de tal manera que por repetición y a lo largo del tiempo se van creando o reforzando estereotipos visuales. Este fenómeno, que podríamos denominar «campañas fotográficas», se da también con frecuencia en torno al tema de la inmigración y de los estereotipos culturales. Un ejemplo bastante claro al respecto es la imagen visual que se va tejiendo día a día en la prensa sobre los *países árabes* y su población.

Objetivo: Sensibilizar y reflexionar sobre la existencia de «campañas fotográficas» y sobre sus efectos en el refuerzo de estereotipos.

Desarrollo: Se elige un periodo de tiempo (mínimo 1 semana, máximo 1 mes) y se reparten diferentes periódicos por grupos. Cada grupo deberá hacer un seguimiento recortando todas las fotografías que aparezcan procedentes de países árabes o de población árabe. Al final del periodo, cada grupo trae las fotografías recolectadas y se realiza un mural pegándolas todas juntas, de manera que se logra una visión de conjunto que revela con mayor claridad el efecto visual, generador de uniformidad y de estereotipos, de estas «campañas fotográficas». Una vez realizado el mural, se abre un debate al respecto y se escriben en el mural las principales reflexiones y conclusiones del grupo.¹²

¹¹ Ver Nota 2.

¹² Resulta interesante realizar esta misma actividad referida al África subsahariana, a América Latina o cualquier lugar de donde proceden otros colectivos de inmigrantes.

B.3. EL LENGUAJE DE LOS NÚMEROS

A las estadísticas y encuestas y a sus formas de representación (tablas, gráficos de barras o de porciones, curvas, etc.) se les atribuye una amplia **credibilidad** y **objetividad** propias de las ciencias y de las matemáticas con las que se las relaciona. Es bastante frecuente su uso en los periódicos, especialmente en las noticias relacionadas con políticas nacionales, opinión pública, periodos pre-electorales, temas económicos y sociales. También en el caso de la información sobre inmigración abunda la presentación de estadísticas, siendo como es un fenómeno sociológico de dimensiones globales y de profunda incidencia política y social.

Claves e informaciones de interés

Las estadísticas en los medios de comunicación suelen suscitar en el público el fenómeno que Peio Aierbe, director de *Mugak*, denomina «la fuerza mágica de las cifras: lo dicen las estadísticas»¹³. Así, las noticias respaldadas por estadísticas parecen dotadas de un peso categórico, contundente e irrefutable; parece que dejan de ser expresiones y planteamientos con sujetos detrás y se convierten «verdades objetivas». Pero la estadística no es más que otra forma de **representación**, y por lo tanto una **interpretación** y un **punto de vista**. Sus resultados finales dependen de los presupuestos de partida, de la definición de los criterios, herramientas y objetos de estudio, de las fuentes de información, del modelo de recogida de datos -de la selección y formulación de preguntas, en el caso de las encuestas- y de un sinfín de otros elementos que condicionan esta compleja técnica de investigación.

La complejidad y especialización del lenguaje estadístico condiciona tanto su *producción* como su *lectura*. En el ámbito de su *producción*, se trata de una técnica en gran medida reservada a las **grandes instituciones** -a los Estados y grandes empresas-, que son las que tienen mayor capacidad y recursos para desarrollarlas con periodicidad. Así, en gran medida, el lenguaje estadístico es la mayor parte de las veces un **lenguaje institucional** y por lo tanto condicionado por los intereses y objetivos institucionales.

En el ámbito de la *lectura*, la mayor parte del público carecemos de los conocimientos estadísticos suficientes como para interpretar de forma crítica un lenguaje tan complejo, de ahí la tendencia a aceptar de forma **acrítica** las interpretaciones que nos ofrecen los estadísticos, las instituciones o los propios periodistas.

Si a ello añadimos la comentada **aureola de objetivismo y neutralidad** que atribuimos casi inconscientemente a toda manifestación de apariencia científica obtenemos un *lenguaje altamente controlado, dependiente de la interpretación ajena y dotado de una gran credibilidad casi automática*.

✓ Actividad: Desmontando los números

Resulta muy importante desmitificar el objetivismo de las estadísticas y dotarse de unos conocimientos y herramientas básicas que nos permitan interpretarlas con cierta autonomía crítica. En definitiva, hay que alfabetizarse también en la lectura crítica de los números y estadísticas¹⁴.

¹³ Op.cit., 2003: 65

¹⁴ Tratándose de un lenguaje tan complejo y especializado, puede resultar conveniente realizar esta actividad contando con el apoyo del profesorado de matemáticas, o incluso que sea éste directamente el que la prepare y desarrolle. Puesto que cada estudio estadístico tiene sus peculiaridades propias, la explicación que sigue es muy genérica, pero en el CD-ROM se incluye un ejemplo detallado con todo el material necesario para trabajar este punto en el aula.

Objetivos:

- Desmitificar y desmontar la aparente objetividad de las estadísticas y encuestas en el discurso periodístico.
- Dotarse de algunos conceptos y herramientas básicas para aprender a leer de forma crítica y autónoma las estadísticas que aparecen en las noticias.

Preparación previa: Se busca una noticia que parta o se apoye en un estudio estadístico o en una encuesta, y que realice una interpretación abusiva o sesgada de los datos. Puede resultar conveniente buscar información estadística complementaria para rebatir la noticia o sus conclusiones (*véase en el CD-ROM el material preparado a modo de ejemplo*).

Desarrollo:

Se requiere unas 2 horas aproximadamente.

Introducción: Con toda la clase se hace un repaso de los principales conceptos y claves estadísticas. (*20 minutos como máximo*).

Lectura: Se divide la clase en pequeños grupos y cada grupo elige un «portavoz» que tomará notas de lo que se dice para la posterior puesta en común. Se reparte a cada miembro de cada grupo una copia de la noticia, que ha de leer individualmente en silencio de manera comprensiva y prestando especial atención a las referencias a datos estadísticos y a su representación gráfica. (*15-20 minutos, según extensión o complicación de la noticia*).

Ronda explicativa: Cada pequeño grupo hace una ronda rápida en la cual cada persona describe brevemente el contenido de la noticia y la interpretación de los datos, para aclarar dudas y llegar a una interpretación colectiva de lo leído. (*15-20 minutos, según el número de componentes de grupo*).

Calculando: Partiendo de los datos de la propia noticia y, en su caso, de datos complementarios entregados por el dinamizador, se replantean los cálculos estadísticos y las conclusiones derivadas de los mismos. (*40 minutos como máximo*).

Puesta en común y debate: Reunida toda clase, los portavoces explican brevemente el proceso seguido por su grupo en la interpretación y cuestionamiento de las estadísticas de la noticia. Por último, se abre un debate sobre el uso y abuso de las estadísticas y de su interpretación. (*30 minutos aprox.*).

C – EL CONTENIDO DE LAS NOTICIAS

C.1. LA LÓGICA DE LA NARRACIÓN PERIODÍSTICA

Las noticias son textos o relatos peculiares, en el sentido en que suelen estructurarse siguiendo técnicas narrativas propias de la redacción periodística. Para aprender a leer de forma crítica las noticias hay que conocer también sus pautas y características de redacción. En el nivel más básico, las noticias se dividen en Titular – Entradilla – Cuerpo de texto.

C.1.a – LOS TITULARES

El «Libro de estilo» de *El País*, en su página 51, establece: «Los titulares constituyen el principal elemento de una información. Sirven para centrar la atención del lector e imponerle su contenido (...). Los titulares responden fielmente a la información, (...) deben satisfacer la curiosidad primera del lector, que ha de quedar enterado de lo que ocurre sin necesidad de acudir al resto de la información.»

Un **titular** consiste, pues, en un **resumen de la información** contenida en la noticia **en una sola frase**, con el objetivo de llamar la atención sobre la misma (junto a la fotografía, es el elemento más llamativo de la noticia). Para completar la información a veces se acompaña de un **antetítulo** y/o **subtítulo** (otro titular en un tipo de letra más reducido situado encima o debajo del titular). En teoría, el titular es en esencia **informativo**, es decir, ha de evitar juicios de valor y opiniones, e intentar resumir con la mayor fidelidad posible las claves principales del acontecimiento.

Claves e informaciones de interés

«La lectura de prensa para buena parte del público lector consiste en una lectura de titulares. (...) Esto es particularmente válido para las noticias relacionadas con la inmigración, de las que el recuerdo no irá más allá del contenido de los titulares.»

- Peio Aierbe¹⁵

Debido a la gran cantidad de información que contiene el periódico diariamente, la mayoría del público miramos únicamente los titulares, algunas entradillas y fotos, y tan sólo leemos unos pocos cuerpos de texto de temas que nos interesan en particular o especialmente desatacados o llamativos, como las noticias de portada.

Evidentemente, una **visión de la actualidad** basada en titulares es a la fuerza **reduccionista, simplista y sensacionalista**: no olvidemos que la *principal característica* de los titulares es que resumen al máximo la información, lo que no deja lugar a matices, mientras que su *principal objetivo* es llamar la atención.

Por otro lado, normalmente los principales **responsables de poner titulares** a las noticias no son los periodistas que las escriben sino los **redactores-jefe** o jefes de sección, como hemos señalado en el *Cuadro A-1*.

¹⁵ MUGAK, op cit, 2003: 67

✓ Actividad: «Cambio» de titulares.

Un fenómeno relativamente común en el periodismo actual consiste en que, a veces, los titulares apenas se corresponden con el contenido real de la noticia relatado en el cuerpo de texto, o que lo simplifican y deforman tanto que dan lugar a interpretaciones dispares.

Objetivo: Comprobar la influencia del titular en la percepción de la noticia y si se ajusta a su contenido. Fomentar la lectura crítica de los titulares.

Preparación previa: Se busca una noticia cuyo titular resulte especialmente ambiguo u orientado, para poder, en escaso tiempo, evidenciar la cuestión y animar el debate. Se realiza una copia suprimiendo el titular y dejando un espacio en blanco en su lugar (*véase en el CD-ROM material preparado a modo de ejemplo*).

Desarrollo: Se requiere unas 2 horas aproximadamente.

Introducción: Se explica la definición y las claves básicas de los titulares, mostrando algunos ejemplos (sin necesidad de profundizar demasiado, pues ya se hará colectivamente durante el debate final) (*20 minutos como máximo*).

Lectura: Se divide la clase en pequeños grupos y cada uno elige un «portavoz» que tomará notas de lo que se dice para la posterior puesta en común. Se reparte a cada miembro de cada grupo una copia de la noticia con el titular en blanco, que han de leer individualmente de manera comprensiva (subrayando, anotando). (*10-15 minutos, según extensión de la noticia*).

Ronda explicativa: Se hace una ronda rápida en la cual cada alumno describe brevemente el contenido de la noticia. Se aclaran así dudas, malentendidos y se aproxima una interpretación de grupo. (*15-20 minutos, según el número de componentes del grupo*).

Titulando: Se pide que cada uno le ponga un titular a la noticia¹⁶, escribiéndolo en el propio espacio en blanco que encabeza la noticia. Cuando todos han acabado, se hace una nueva ronda en la que cada uno lee su titular, tras lo cual se abre un breve debate para elegir colectivamente un «titular de grupo», o dos como máximo si las propuestas son muy dispares. (*40 minutos como máximo*).

Puesta en común y debate: Se reúne toda la clase y cada portavoz presenta el titular elegido por su grupo y las razones de la elección. Al acabar se reparten copias de la noticia con el titular original y se comparan. A continuación se abre un debate a partir de los titulares y de sus efectos en general, y en particular en el ámbito de la inmigración. (*30 – 40 minutos aprox.*).

Continuidad: Se puede acabar realizando un mural con la noticia original, y las noticias con los titulares de grupo, así como un resumen de las principales ideas y argumentos surgidos durante el debate.

¹⁶ Ver Nota 2.

C.1.b – LA ESTRUCTURA DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA: PIRÁMIDE INVERTIDA Y DESCONTEXTUALIZACIÓN

Tras el titular sigue la **entradilla** -en las noticias de mayor extensión- y el **cuerpo de texto**. La entradilla es un corto resumen, en dos o tres frases, de los aspectos más relevantes de la noticia, que encabeza el cuerpo de texto con el mismo tamaño de letra pero generalmente en **negrita**, para resaltar su contenido. Presenta unas características similares al titular, pero menos pronunciadas.

Según la teoría de la redacción periodística, tanto la entradilla como el texto han de responder a una serie de preguntas que faciliten la rápida ubicación y comprensión del acontecimiento, se trata de las **6 cuestiones básicas**: *¿qué?* (hechos), *¿quién?* (sujetos), *¿dónde?* (lugares), *¿cuándo?* (fechas), *¿cómo?* (modos), *¿por qué?* (razones), seguidas del **contexto** pasado (antecedentes y causas) y presente (consecuencias y otros temas relacionados).

La redacción se estructura respondiendo a las cuestiones más o menos en este mismo orden jerárquico; es lo que se denomina técnicamente **redacción en pirámide invertida**.

Claves e informaciones de interés

«La pirámide invertida es enemiga irreconciliable de la lógica temporal; aunque sea el abecé del periodismo, resulta fatal para la comprensión»¹⁷

La peculiar lógica de la redacción en pirámide invertida puede tener varios efectos. Como hemos comentado, la saturación informativa tiene como resultado una lectura rápida y superficial de la actualidad. Si ya no son muchas las noticias en las que el lector supera la lectura del titular, en la mayoría de ellas se queda en la entradilla o, como mucho, en los primeros párrafos del texto, y son muy escasas las que se leen hasta el final. Y al **principio** lo que se destaca es el **acontecimiento aislado** (qué, quién, dónde, cuándo, cómo), y sólo después el cómo y por qué, y al **final** del todo el **contexto y relaciones** con otros temas. Pero son precisamente estos elementos, que quedan marginados al final del texto, los que permiten comprender con mayor profundidad los hechos y el marco dentro del cual adquieren sentido. Esto explica el curioso consejo del analista político Noam Chomsky: «Recomiendo a menudo leer la prensa convencional empezando por los párrafos finales. No es una broma.»¹⁸

Por otro lado, cuando el **redactor-jefe** tiene problemas de falta de espacio para encajar todas las noticias en sus páginas –lo cual es bastante frecuente– comienza a **recortar** los textos comenzando siempre por el final, así que lo que primero desaparece de una noticia es su **contextualización**. Es lo que se denomina *«las tijeras del redactor-jefe»*. Este hábito tiene un especial impacto en la información sobre inmigración, que, como hemos señalado, suele ser una «crónica de breves» (véase el Cuadro A-2).

✓ Actividad: Las 6 ¿?

Objetivo: Familiarizarse con la estructura narrativa periodística

Desarrollo: Se requiere 1 hora y 30 minutos aproximadamente.

¹⁷ SAHAGÚN, F. (1997) «El periodista frente a los conflictos internacionales», en CIP-FUHEM, *Papeles de cuestiones internacionales*, nº 62, p. 100.

¹⁸ CHOMSKY, N. (1999) «On staying informed and intellectual self-defense», *Z Magazine*, agosto. (Español): www.zmag.org/Spanish/0006chom.htm

Introducción: Se explica las seis cuestiones básicas a las que, en teoría, debe de responder todo texto periodístico (*¿qué?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿por qué?*) y el *contexto*. (15 minutos aprox.).

Preguntando a las noticias: Se divide la clase en parejas o tríos y se reparte a cada uno una noticia diferente, no muy extensa y preferentemente sobre inmigración. Cada pequeño grupo debe intentar identificar las preguntas básicas que aparezcan y el contexto de la noticia (30 minutos como máximo).

Puesta en común y repaso: Reunida toda la clase, cada pareja explica las cuestiones básicas a las que responde la noticia analizada y su contexto, si es que lo tiene. Por último se realiza un repaso sobre qué preguntas están más presentes y cuáles menos y en qué orden de aparición dentro del texto. (40 minutos aprox.).

✓ Actividad: Las tijeras

Objetivo: Observar los efectos de la técnica de recorte de texto que practican los redactores jefe y hasta qué punto la descontextualización afecta a la comprensión de una noticia.

Desarrollo: Se requiere entre 1 hora y 30 minutos y 2 horas, aproximadamente.

Introducción opcional (sólo es necesaria si no se ha hecho la actividad anterior): Se explica las seis cuestiones básicas a las que en teoría debe responder todo texto periodístico (*¿qué?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿por qué?*) y el *contexto*. (15 minutos aprox.).

Leyendo y titulando: Se divide la clase en dos grupos, a uno de ellos se le entregan copias de una noticia descontextualizada, tal como ha aparecido en el periódico pero sin titular, y al otro la misma noticia también sin titular pero con uno o dos párrafos de contextualización insertados al comienzo del texto (*véase en el CD-ROM material preparado a modo de ejemplo*).

Cada alumno ha de leer individualmente la noticia y ponerle un titular¹⁹. A continuación se ponen en común dentro de cada grupo y se busca un titular común para el grupo. (45-60 minutos).

Puesta en común y debate: Reunida toda la clase, comienza interviniendo el portavoz del grupo que ha leído la noticia original, descontextualizada, y explica el contenido de la misma y el titular que proponen. Después el portavoz del grupo con la noticia contextualizada hace lo mismo. Tras esto se abre un debate comparando ambos titulares así como las diferentes interpretaciones del acontecimiento que han realizado los dos grupos. (45 minutos aprox.).

¹⁹ Ver Nota 2.

C.2. SELECCIÓN Y USO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

¿De dónde saca el periodista la información?, ¿Quién informa al informador?

Hay básicamente 2 posibilidades:

- El periodista puede ser **testigo directo del acontecimiento**, por lo tanto, la información es el producto directo de su observación. Esta vía de obtención de información resulta lógicamente **muy minoritaria** en un mundo globalizado donde se ha de informar cotidianamente sobre numerosos acontecimientos poco o nada previsibles que ocurren en las cuatro puntas del planeta.
- El periodista acude a ciertas **fuentes de información** que le aportan datos sobre acontecimientos. Estas fuentes de información pueden ser:
 - *Personales directas* (personas implicadas en el acontecimiento o testigos),
 - *Personales indirectas* (expertos que interpretan o valoran el acontecimiento),
 - *Institucionales* (Administración, partidos políticos, sindicatos, organizaciones, empresas, o representantes portavoces de estas instituciones).

Se supone que el periodista debe atenerse, en su selección de fuentes, a los principios de *cercanía*, *fiabilidad* y *diversidad*.

La **cercanía**, es decir, la implicación directa de la fuente en el acontecimiento, a menudo afecta a la **fiabilidad** en un doble sentido: por un lado esta cercanía aporta mayor fiabilidad en el sentido de conocer mejor el acontecimiento pero, por otro lado, las fuentes más cercanas suelen ser precisamente las que tienen mayores intereses implicados en el mismo, lo cual puede sesgar la fiabilidad de su visión e interpretación. Esta relación antagónica se resuelve mediante la **diversidad** de fuentes de información, de manera que el periodista recoja diferentes versiones e interpretaciones que aporten una visión plural, de conjunto y matizada.

Claves e informaciones de interés

«Hoy en día el sesgo de la noticia se realiza a menudo por medios más sutiles: por sus fuentes. En los medios modernos, reporteros y editores orientan la noticia escogiendo a quién citar o parafrasear»²⁰.

La **selección de las fuentes de información** es una de las **claves** del discurso y de las representaciones de los medios. Y, a menudo, la pluralidad de fuentes brilla por su ausencia.

Algunas veces esto se debe a una **afinidad ideológica**, privilegiando ciertas fuentes y marginando otras para, de este modo, transmitir una versión interesada de los acontecimientos sin perder la apariencia de neutralidad del medio. Así, el periodista supuestamente «se limitaría a recoger y difundir informaciones ajenas».

En otras ocasiones lo que determina la selección de fuentes es el **factor económico**. La sobreabundancia de noticias, su vertiginosa caducidad y la sempiterna precariedad de tiempo y recursos de los periodistas les dificulta la consulta de una amplia diversidad de fuentes y les empuja a acudir a las más activas y profesionales. Estas suelen ser las fuentes institucionales y empresariales que cuentan con medios y especialistas que ahorran tiempo y trabajo a los periodistas, ofreciéndoles material informativo semielaborado (ruedas de prensa, comunicados, dossiers, declaraciones, imágenes, etc.).

²⁰ HUSSEINI, S. y SOLOMON, N. (1998): «The Right-Leaning Rolodex: For sources, journalists most often turn to think tanks of the right», *Extra!* Vol. 11, nº 4, July/August, p. 13.

Cuadro C-1: ¿De qué fuentes bebemos?

Esta es una muestra de las fuentes de información citadas en las **noticias sobre inmigración en la prensa española** entre octubre y diciembre de 2003:

Cuerpos policiales + Ministerio del Interior:	36,3 %
Administraciones públicas (central, autonómicas, locales)	19,3 %
Tribunales	7,4%
Partidos políticos	5,3 %
Instituciones sociales	9,3 %
Sindicatos y ONG	10,3 %
Inmigrantes y asociaciones de inmigrantes	8,7 %
Otras fuentes o desconocidas	3,4 %

¿Pluralidad?: en el 81,4 % de las noticias tan sólo se hace referencia a 1 única fuente de información.

Estos resultados proceden del análisis de 10 periódicos, 2 de tirada nacional, 3 autonómicos y 5 provinciales.
Fuente: MUGAK. *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa. Octubre-diciembre 2004*, p.89.

Los inmigrantes son lógicamente los actores protagonistas del fenómeno migratorio. Pero ¿en qué medida los protagonistas tienen la palabra? Atendiendo al *Cuadro C-1*, más de un tercio de la información sobre inmigración procede de fuentes policiales y de seguridad (Policía + Ministerio de Interior: 36,3%), más de la mitad de las Administraciones (cifra anterior + Administraciones públicas: 55,6%), casi dos tercios de fuentes institucionales (cifra anterior + Tribunales: 63%). Los propios inmigrantes sólo son escuchados en menos de una décima parte de las ocasiones (8,7%).

✓ Actividad: ¿A quién se da la voz?

Objetivo: Valorar en qué medida uno de los principales protagonistas de la información sobre inmigración -los propios inmigrantes-, son consultados y tenidos en cuenta como fuentes de información.

Desarrollo:

Introducción: Se explica el concepto de fuentes de información y todo lo que le rodea. Se elige un periodo de tiempo (mínimo 1 semana, máximo 1 mes) y se asignan diferentes periódicos por grupos.

Recolección: Cada grupo hará un seguimiento en las noticias relativas a la cuestión de la inmigración de cuántas fuentes de información se citan en cada noticia (*pluralidad*) y las identificará, siguiendo las mismas categorías de fuentes que se han expuesto en el *Cuadro C-1*.

Puesta en común y debate: Cada grupo expone al resto de compañeros las cifras recolectadas en el periódico asignado, primero desglosadas y después realizando diferentes sumas (las fuentes de seguridad, las administrativas, las institucionales, etc.), comparándolas con la cifra correspondiente a los propios inmigrantes. A continuación se abre un debate en torno a la pluralidad de la información y al protagonismo de los inmigrantes en la información sobre inmigración.

✓ Actividad: Entrevistemos a los protagonistas

Los medios resultan tanto más influyentes en la difusión de sus planteamientos y representaciones en la medida en que la población carezca de contacto directo con los acontecimientos relatados y con sus actores, algo cada vez más común en la era de la globalización. Pero el fenómeno de la inmigración en España ha adquirido una proporción que permite un contacto cotidiano con sus actores, especialmente en las aulas, donde la presencia de niños y niñas inmigrantes es cada vez más notable. Así que la mejor manera de aprender a cuestionar el discurso dominante en torno a la inmigración consiste en convertir a los compañeros de clase inmigrantes en la más directa fuente de información para el resto de los alumnos.

Objetivos:

- Descubrir la relevancia que tiene la selección de las fuentes de información en las interpretaciones y representaciones que los medios generan sobre la inmigración.
- Romper el papel de espectador pasivo y promover que los alumnos se conviertan en informadores.
- Crear en el aula espacios y momentos de diálogo, de intercambio y de conocimiento directo mutuo entre alumnos inmigrantes y no-inmigrantes.

Desarrollo:

Se propone a los alumnos que se conviertan en reporteros y realicen una serie de entrevistas (*véase en el CD-ROM un esquema de entrevista*).

Entrevistando a la familia: todo alumno que tenga un familiar migrante (no sólo extranjeros venidos a España, también españoles que emigraron a otros países en los 60, o que migraron del campo a la ciudad) debe realizarle una entrevista sobre sus motivaciones migratorias, situaciones, percepciones, etc. Los alumnos exponen su entrevista y se comparan las diferentes situaciones.

Entrevistando a los compañeros: los alumnos autóctonos entrevistan a los de origen inmigrante (incluyendo a los inmigrantes de otros países occidentales, así como a los alumnos procedentes de otras regiones de España). Posteriormente se ponen en común las entrevistas y se comentan en grupo. Por último, se comparan las informaciones surgidas a lo largo de todo este proceso de entrevistas con las informaciones que solemos recibir en los medios de comunicación.

Continuidad:

Resulta interesante componer colectivamente una revista con las entrevistas, maquetada y acompañada de fotos, que luego se puede difundir por el colegio, el barrio, las familias.

- AIERBE, P. (2003). «Inmigración-delincuencia, un binomio interesado», *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*. MUGAK. pp.59 - 82.
- CHOMSKY, N. (1999). «On staying informed and intelectual self-defense», *Z Magazine*, agosto. En español: www.zmag.org/Spanish/0006chom.htm
- COLLON, M. (1995). *¡Ojo con los media!* Hondarribia (Guipúzcoa): Argitaletxe Hiru.
- DÍAZ, I. (2003). “Integración e Islam”, *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*. MUGAK, pp. 83-102.
- ESCUELA POPULAR DE PROSPERIDAD; GRUPO DE APRENDIZAJE COLECTIVO COMUNICACIÓN POPULAR (2000). *Técnicas de desinformación: Manual para una lectura crítica de la prensa*. Madrid: Sentimientos Kontra el Poder, Escuela Popular de Prosperidad.
- HUSSEINI, S. y SOLOMON, N. (1998). «The Right-Leaning Rolodex: For sources, journalists most often turn to think tanks of the right», *Extra!* Vol. 11, nº 4, July/August, p. 13.
- JALAIN FERNÁNDEZ, E. (2002). *La otra guerra: La representación de los conflictos armados en los medios informativos*. Madrid (mimeo; se puede consultar en el centro de documentación de CIP-FUHEM).
- LEE, M. y SOLOMON, N. (1990). *Unrealible sources: a guide to detecting bias in news media*. New York: Carol Publishing Group.
- MAZKIARAN, M. (2003). «El tratamiento de los medios de comunicación sobre inmigrantes irregulares», *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*, MUGAK, pp.103-121.
- MUGAK. Centro de Estudios y Documentación sobre racismo y xenofobia (2003). *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa 2002*.
 - (2004). *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa. Octubre-diciembre 2004*.
- PEÑAMARÍN, C. (1998). “¿Qué puede mostrar el análisis de textos? Discursos e imágenes sobre la inmigración en El País.”, *CIC Digital, Cuadernos de Información y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid*, nº 3: www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar7.htm
- PORTOLÉS, J. (1995). «Ilegales. Nombres, adjetivos y xenofobia», *Discurso*, nº 21, México.
- ROSKIS, E. (1997). «Mentiras de cine: La manipulación de los archivos», *Le Monde Diplomatique*, nº 25, noviembre.
- SAHAGÚN, F. (1997). «El periodista frente a los conflictos internacionales», *Papeles de cuestiones internacionales*, nº 62, pp. 91-105.
- SANTAMARÍA, E. «(Re)presentación de una presencia. La “inmigración” en y a través de la prensa diaria», *Archipiélago*, nº 12, pp. 65-72.
- WAGMAN, D. (2002). «Estadística, delito e inmigrantes», *Inmigración, racismo y xenofobia. Análisis de prensa. Enero-junio 2002*. MUGAK.