

carmu@usal.es

Universidad de Salamanca. Facultad de Ciencias Sociales
Dpto. de Sociología y Comunicación. Campus Unamuno
(Edificio FES). 37007-Salamanca.

Carlos Muñiz es Becario F.P.U. en el Departamento de Sociología y Comunicación (Facultad de Ciencias Sociales) de la Universidad de Salamanca.

Juan José Igartua es Profesor Titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca.

José Antonio Otero es estudiante del programa de Doctorado “Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica y Cambio Cultural” en la Universidad de Salamanca.

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
Vol. XIX • Núm. 1 • 2006 • 103-128

Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. un análisis de contenido

Immigration Images Through Press Photography. A Content Analysis

RESUMEN: los datos que se presentan en este artículo son el resultado de un análisis de contenido sobre la representación visual de la inmigración a través de las fotografías presentes en los principales diarios españoles de ámbito nacional. Un estudio que es parte de un proyecto de investigación más amplio sobre el tratamiento informativo de la inmigración. A partir de los resultados obtenidos, y tomando la Teoría del Framing como base teórica, se puede afirmar que la cobertura dada a cada actor relacionado con la inmigración (policías, políticos y los propios inmigrantes) es diferente. Igualmente, que existen diferencias entre los periódicos, atendiendo a la línea editorial del diario (progresista frente a conservador) y al modelo de diario (prensa de prestigio frente a sensacionalista) en el tratamiento visual de la inmigración.

PALABRAS CLAVE: medios de comunicación, fotografía, encuadres noticiosos, análisis de contenido, inmigración.

Abstract: The data that we submit in this article are the result of a content analysis focused on the visual representation of immigration through related photographs appearing on the major Spanish newspapers. This research is part of a broader project aiming at the treatment of immigration in the news. From the outcomes obtained, bearing in mind the Framing Theory as theoretical basis, it can be affirmed that coverage given to each one of the participants taking part in the immigration (police officers, politicians, and immigrants themselves) is different. In the same way, there are differences, regarding immigration topics, among the different Spanish newspapers which mainly depend upon the newspaper's editorial (progressive vs. conservative) or the type of paper (prestige press vs. tabloids).

Key words: Mass media, photograph, news frames, content analysis, immigration.

1. *Introducción*¹

El estudio de las minorías y su representación mediática es una constante desde hace más de 40 años en el ámbito de la investigación sobre medios de comunicación. En nuestro contexto geográfico, estos estudios han comenzado a ser más numerosos en las últimas fechas, entre otros motivos, debido al crecimiento que está experimentando el contingente de inmigrantes en España, que ha llegado a convertirse en un verdadero país de inmigración. Por ello, es numerosa la investigación que ha abordado el estudio de la representación de la inmigración en los medios de comunicación, desde diversos acercamientos metodológicos y sobre diferentes medios². Aún son dominantes los estudios que analizan los aspectos textuales de las noticias, y quedan en un segundo lugar aquéllos que se centran en el estudio de las imágenes que acompañan los contenidos informativos. En el caso concreto de esta investigación, el objetivo se centra en el análisis de las fotografías que acompañan a las noticias sobre inmigrantes o inmigración publicadas en los periódicos españoles de información general y de ámbito nacional. Para ello, partiremos de la teoría del encuadre (*framing theory*), analizando los encuadres noticiosos utilizados por los

¹ La investigación que aquí se presenta se inscribe dentro del proyecto de investigación titulado “*Ánalisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración en la prensa española*”, dirigido por el Dr. Juan José Igartua Perosanz y financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología (Programa Nacional de Promoción General del Conocimiento) y cuya referencia es BSO2001-1236-C07-03.

² Por ejemplo, IGARTUA, Juan José, CHENG, Lifen y MUÑIZ, Carlos, “Framing Latin America in the Spanish press. A cooled down friendship between two fraternal lanas”, *Communications: The European Journal of Communication Research*, vol. XXX, nº 3, 2005, 359-372; IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, CHENG, Lifen, MUÑIZ, C., GARCÍA, Milagros, GARCÍA, Ana Rita, GOMES, Angela María, GOMES, Derval, AMARAL, Nuno y CANAVILHAS Joao, “Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre”, *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, nº 1, 2004, pp. 47-75; IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, “La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso”, *Migraciones*, vol. XVII, 2005, pp. 143-181; IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos, “Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas”, *Zer, Revista de estudios de comunicación*, vol. XVI, 2004, pp. 87-104; NAVAS, Alejandro y SÁNCHEZ, José Javier, *Ventana y espejo. Personas en riesgo de exclusión social en los medios de comunicación*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 2003; RETIS, Jessica, “La dimensión simbólica de la inmigración latinoamericana en España. Representaciones de la alteridad en tiempos de globalización” en E. E. GONZÁLEZ (Ed.), *Identidad y multiculturalismo. La construcción de espacios iberoamericanos*, Consejo Español de Estudios Iberoamericanos, Salamanca, 2004, pp. 421-446 o VELÁZQUEZ, Teresa, “La presencia de la inmigración como exclusión social en los programas informativos de las televisiones públicas europeas”, *Quaderns del CAC*, vol. XII, 2002, pp. 43-56.

medios para informar sobre el fenómeno inmigratorio. Pero, junto al tradicional “framing textual” presente en los textos de las noticias, no hay que olvidar el “framing visual” que aparece en los contenidos informativos de los medios de comunicación a través de las imágenes que acompañan a esos textos³. Porque, si bien tradicionalmente se ha considerado que las imágenes fotográficas sólo acompañan y complementan la información del texto, éstas también pueden influir en la percepción social de los temas que encuadran visualmente⁴.

2. Teoría del framing: encuadre textual y visual de la realidad

Desde hace varias décadas existe una corriente teórica que estudia cómo los medios de comunicación enfocan o encuadran la información a la hora de elaborar sus noticias, línea novedosa que viene representada por la teoría del *Framing*⁵. Una postura que se aleja de la tradicional asimilación del *framing* a la teoría de la *Agenda-Setting*, entendiendo que el *framing* sería el segundo nivel de ésta. Más allá del primer nivel de la *Agenda-Setting* o “agenda temática”, ciertos autores plantean que los medios también seleccionan y dan saliencia a ciertos atributos que tienen estos temas, se establece una “agenda de los atributos”⁶, una acción que constituye en sí el *fra-*

³ MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, “The Role of Images in Framing News Stories” en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 215-226.

⁴ GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf, “Reading between the photographs. The influence of incidental pictorial information on issue perception”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXVII, n° 2, 2000, pp. 355-366.

⁵ ENTMAN, Robert, “Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, vol. 43, n° 3, 1993, pp. 51-58; SÁDABA, María Teresa, “Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (Framing) en comunicación”, *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, n° 2, 2001, pp. 143-175; SEMETKO, Holli A. y VALKENBURG, Patti M., “Framing European Politics: a content analysis of press and television news”, *Journal of Communication*, vol. L, n° 2, 2000, p. 93-109; SCHEUFELE, Dietram, “Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of political communication”, *Mass Communication and Society*, vol. III, n° 2-3, 2000, pp. 297-316; TANKARD, James W., “The empirical approach to the study of media framing” en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 95-106 y DE VREESE, Claes H., “The effects of frames in political television news on audience perceptions of routine political news”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXXI, n° 1, 2004, pp. 36-52.

⁶ MCCOMBS, Maxwell E. y EVATT, Dixie, “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-Setting”, *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, n° 1, 1995, pp. 7-32.

ming⁷. Sin embargo, otra corriente mantiene la existencia de una diferencia entre ambas teorías, atendiendo a que ambas parten de premisas diferentes⁸. Así, mientras que la teoría de la *Agenda-Setting* se basa en la selección y saliencia, la teoría del *Framing* se basaría en la atribución. Otros autores, que también consideran al *framing* como un paradigma con entidad propia, señalan que la diferencia radica en el propio objeto de estudio de ambas teorías⁹. Mientras que la *Agenda-Setting* se centra en el estudio de los temas o asuntos que son destacados por los medios en sus noticias, el *Framing* estudia las relaciones existentes entre los distintos elementos que conforman las noticias, las cuales conforman los diferentes encuadres¹⁰.

La teoría del *Framing* se encuentra aún en una faceta inicial y, ni siquiera, hay una propuesta única para definir el concepto del encuadre noticioso (*news frame*)¹¹. Quizá la propuesta más aceptada viene dada por la definición que plantea Entman, quien señala que el proceso de encuadrar conlleva la selección de “algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito”¹², una idea también planteada por Canel

⁷ IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, *Teoría e investigación en comunicación social*, Madrid, Síntesis, 2004; MCCOMBS, Maxwel. E., LLAMAS, Juan Pablo, LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban y REY, Federico, “Candidate images in Spanish elections: second-level Agenda-Setting effects”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXIV, n° 4, 1997, pp. 703-717.

⁸ SCHEUFELE, Dietram, op. cit.

⁹ DE VREESE, Claes H., op. cit.; ENTMAN, Robert, “Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents”, *Journal of Communication*, vol. XLI, n° 4, 1991, pp. 6-27; ENTMAN, Robert, “Framing: Toward...”, op. cit.; MAHER, T. Michael, “Framing: An emerging paradigm or a phase of Agenda-Setting?” en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 83-94; TANKARD, James W., op. cit. y REESE, Stephen D., “Prólogo—Framing public life: A bridging model for media research” en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 7-31.

¹⁰ DE VREESE, Claes H., op. cit.; PRICE, Vincent, TEWKSURY, David y POWERS, Elizabeth, “Switching trains of thought: The impact of news frames on readers’ cognitive responses”, *Communication Research*, vol. XXIV, n° 5, 1997, pp. 481-506; MAHER, T. Michael, op. cit. y REESE, Stephen D., op. cit.

¹¹ IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, op. cit. p. 256.

¹² ENTMAN, Robert, “Framing: Toward...”, op. cit., p.52.

en su trabajo¹³. Desde un acercamiento inductivo, Igartua, Humanes, Muñiz et al., indican que el concepto de encuadre se refiere al “ángulo, enfoque, perspectiva o tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos”, (como lugares geográficos nombrados, actores descritos o acciones realizadas) y “la forma cómo covarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto”¹⁴.

Aunque tradicionalmente se ha vinculado el proceso del *framing* a los aspectos textuales, como se puede observar en las definiciones señaladas anteriormente, es importante no olvidar el papel que desempeña la comunicación visual como herramienta para encuadrar la información, lo que se ha venido en denominar “*framing visual*”¹⁵. Y es que el proceso del *framing* no solo involucra a las palabras, sino que en él también pueden influir las imágenes¹⁶, las cuales constituyen un punto a través del cual se pueden identificar los diferentes encuadres noticiosos¹⁷. De esta manera, los encuadres noticiosos textuales (*textual frames*) serían aquellos que tradicionalmente se han analizado y que están presentes en los textos de las noticias, mientras que los visuales (*visual frames*) son los que se transmiten a través de las imágenes que acompañan la información¹⁸. Así, al igual que los encuadres latentes dentro del texto se hacen presentes a través de la repetición, emplazamiento y refuerzo de las asociaciones existentes entre las diferentes palabras clave que construyen significados o ideas¹⁹, es de esperar que dentro de las imágenes también se puedan hacer patentes ciertos “encuadres visuales”²⁰, conforma-

¹³ CANEL, María. José, “El País, ABC y El Mundo: Tres manchetas, tres enfoques de las noticias”, *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol. VI, 1999, pp. 97-117

¹⁴ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

¹⁵ MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, op. cit.

¹⁶ RHEE, June W., “Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects”, *Journal of Communication*, vol. XLVII, nº 3, 1997, pp. 26-48; ENTMAN, Robert, “Framing U.S....”, op. cit. y ENTMAN, Robert, “Framing: Toward...”, op. cit

¹⁷ TANKARD, James W., op. cit.

¹⁸ MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, op. cit.; NELSON, Thomas E. y KINDER, Donald R., “Issue framing and group-centrism in American public opinion”, *Journal of Politics*, vol. 58, nº 4, 1996, pp. 1055-1078.

¹⁹ ENTMAN, Robert, “Framing U.S....”, op. cit.

²⁰ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos, CALVO, Pablo, OTERO, José Antonio y MERCHÁN, Juan, “La imagen de la inmigración en la prensa y la televisión. Aproximaciones empíricas desde la teoría del framing” en J. M. SABUCEDO, J. ROMAY y A. LÓPEZ-CORTÓN (Comps.), *Psicología política, cultura, inmigración y comunicación social*, Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2005, pp. 239-246.

dos a partir de las relaciones mantenidas por los elementos que aparecen reflejados en las imágenes.

Junto al estudio de la presencia de los encuadres en los medios, también se ha prestado atención a los efectos que estos *frames* pueden llegar a producir en la percepción de la información recibida, tanto en cómo se comprenden los asuntos informados y cómo se generan respuestas a esa información. Un “efecto framing” que constituye la última de las fases del proceso del encuadre²¹. Se ha comprobado que aquellos encuadres que tienen mayor presencia en las informaciones, mayor “fortaleza”, pueden llegar a afectar a los juicios cognitivos confeccionados a partir de la información percibida, haciendo que estos se elaboren empleando estos encuadres y no otros que no han sido tan sobresalientes en las noticias²².

3. Efectos cognitivos de las imágenes fotográficas de la prensa

Las fotografías periodísticas desarrollan un papel importante dentro de los contenidos noticiosos, pudiendo ejercer efectos de tipo cognitivo y/o afectivo sobre el público²³. Las imágenes que acompañan a los textos noticiosos aportan datos adicionales que refuerzan la información referida al tema sobre el que se ha dado cobertura en la noticia. Todo ello sin olvidar que pueden hacer que el soporte informativo sea visualmente más agradable y, por tanto, comprensible por parte del público²⁴. No es raro que las informaciones sobre asuntos sociales vayan acompañadas de fotografías, lo que hace que estos sean más comprensibles para los lectores. Y es que las noticias que incorpo-

²¹ DE VREESE, Claes H., op. cit.; PRICE, Vincent, TEWKSURY, David y POWERS, Elizabeth, op. cit.

²² DE VREESE, Claes H., op. cit.; MCLEOD, Douglas M. y DETENBER, Benjamin H., “Framing effects of television news coverage of social protest”, *Journal of Communication*, vol. XLIX, nº 3, 1999, pp. 3-23; TEWKSURY, David, JONES, Jennifer, PESKE, Matthew W., RAYMOND, Ashlea y VIG, William, “The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXVII, nº 4, 2000, pp. 804-829.

²³ COLEMAN, Renita, “The Effects of Visuals on Ethical Reasoning: What’s a Photograph Worth to Journalists Making Moral Decisions?”, Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Miami (EEUU), 4 al 11 de agosto de 2002.

²⁴ GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie, “Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception”. Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto de 1998.

ran ambos tipos de información (textual y visual) son más accesibles para el público, llaman más su atención, son comprendidas mejor y se genera un mejor recuerdo de aquello que ha sido informado²⁵. Pero, las fotografías pueden también ser utilizadas de manera tendenciosa como, por ejemplo, cuando se busca un efecto diferente al de suministrar información de una manera objetiva. No en vano, muchas veces las fotografías son utilizadas para transmitir a los lectores aquellas ideas que difícilmente pueden ser plateadas por escrito. De hecho, en ocasiones las imágenes pueden dañar o perjudicar simbólicamente a ciertos grupos sociales mediante su asociación con aspectos negativos²⁶. No hay que olvidar, además, que una gran parte del público no cuestiona la información recibida cuando ésta viene presentada mediante imágenes, pues se acepta que las fotografías son fieles representaciones de la realidad²⁷.

La incorporación de fotografías en las noticias también puede producir efectos de tipo cognitivo y/o afectivo, alterando la percepción del público de la información narrada²⁸. Es ya clásica la idea de que las fotos sirven para establecer una determinada visión del mundo en la mente del público²⁹, llegando además a ser más efectivas que los propios textos al producir este efecto³⁰. Y es que está demostrado que es más sencillo pensar en imágenes que en textos al tratar de recordar la información que ha sido transmitida por los medios de comunicación³¹. La incorporación de fotografías en las noticias hace que éstas sean más accesibles para el público, llevando a las personas

²⁵ GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf, op. cit. y KNOBLOCH, Silvia, HASTALL, Matthias, ZILLMANN, Dolf y CALLISON, Coy, "Imagery effects on the selective reading of Internet newsmagazines: A cross-cultural examination", *Communication Research*, vol. XXX, nº 1, 2003, pp. 3-29.

²⁶ COLEMAN, Renita, op. cit.

²⁷ MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, op. cit.

²⁸ COLEMAN, Renita, op. cit.; FISHMAN, Jessica M. y MARVIN, Carolyn M., "Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media", *Journal of Communication*, vol. 53, nº 1, 2003, pp. 32-44; GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf, op. cit.; GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie, op. cit.; GILLIAM, Franklin D. e IYENGAR, Shanto, "super-predators or victims of societal neglect? Framing effects in juvenile crime coverage", 2003. [consultado el 23 de octubre de 2004]. Disponible en internet: pcl.stanford.edu/common/docs/research/gilliam/2003 y WALKMAN, Paul y DEVITT, James, "Newspaper Photographs and the 1996 Presidential Election: The Question of Bias", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXV, nº 2, 1998, pp. 302-311.

²⁹ LIPPmann, Walter, *Public opinion*, Macmillan, Nueva York, 1922.

³⁰ GILLIAM, Franklin D. e IYENGAR, Shanto, op. cit.

³¹ COLEMAN, Renita, op. cit.

que leen estas noticias a dedicar más tiempo para procesar esa información³². El efecto sobre la percepción del asunto informado puede venir dado por el hecho de reforzar el punto de vista ofrecido en la información textual³³, o bien, por hacer que el público piense en el tema desde un punto de vista diferente al ofrecido por el texto, el cual es el presentado en la fotografía³⁴. Y es que, como se dijo anteriormente, en ocasiones a través de una fotografía se puede transmitir al público cierta información que de otra manera sería difícil de plasmar. En cualquiera de los casos, los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas se mantienen a lo largo del tiempo, especialmente facilitando el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla a futuras situaciones³⁵.

4. Minorías y medios de comunicación: representaciones de la inmigración.

Los estudios sobre la representación de las minorías étnicas en los medios de comunicación se remontan algo más de tres décadas, a principios de los años 70. La mayor parte de estos estudios viene constituida por las investigaciones desarrolladas en los Estados Unidos sobre la representación de los cinco grandes grupos étnicos existentes en ese país (blancos, latinos, negros, asiáticos y nativos). A través de la técnica del análisis de contenido, se ha estudiado la imagen de las minorías mediante comparaciones de los grupos presentes en los medios con la realidad, de los grupos entre sí y de los papeles desarrollados por los miembros de cada minoría³⁶. Los diferentes estudios llegan a la conclusión de que las minorías tienden a ser representadas, en los diferentes medios de comunicación, de una forma negativa y mucho más prejuiciosa que los miembros de la mayoría blanca³⁷. Ello es importante si se

³² Ibíd.

³³ GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf, op. cit. y GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie, op. cit.

³⁴ GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie, op. cit.

³⁵ Ibíd.

³⁶ DIXON, Travis y LINZ David, "Overrepresentation and Underrepresentation of African Americans and Latinos as lawbreakers on television news", *Journal of Communication*, vol. L, nº 2, 2000, pp. 131-154.

³⁷ GREENBERG, Bradley S., MASTRO, Dana y BRAND, Jeffrey E., "Minorities and the mass media: Television Into the 21st Century" en J. BRYANT y D. ZILLMANN (Eds.), *Media Effects. Advances in the Theory and Research*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 2002, pp. 333-351.

tiene en cuenta el papel que en las actuales sociedades juegan los medios de comunicación como transmisores de conocimientos, creencias y actitudes. De hecho, mucha de la información que la población tiene sobre los grupos minoritarios viene dada por los medios, con los cuales se materializa un “contacto vicario”³⁸. Una representación constante en el tiempo de las minorías en roles negativos, junto a un fuerte consumo mediático por los grupos mayoritarios, puede llevar a la generación y/o mantenimiento de actitudes discriminatorias y, en última instancia, conducir a manifestaciones de racismo simbólico, sutil o moderno³⁹.

En nuestro ámbito geográfico, el principal grupo minoritario, dejando al margen al colectivo gitano, viene constituido por los inmigrantes que desde hace varias décadas se están asentando en el continente europeo. España no es ajena a este fenómeno y así, según los datos más recientes, a 31 de diciembre de 2003 residían en España 1.647.011 extranjeros, lo que constituye el 3.5% de su población total, al que hay que sumar otro 2,5% de inmigrantes en situación irregular dentro del país. Ello hace que el dato de población inmigrante en España esté cercano al 6%. Además, el 31.26% del total procede de algún país latinoamericano, el 26.29% de África y, finalmente, un 24.68% de países del Espacio Económico Europeo⁴⁰. Junto a ello, se ha comenzado a estudiar, cada vez de forma más constante, la representación mediática de la inmigración, planteándose por parte de algunos autores que los inmigrantes son asociados cada vez más en los medios de comunicación con las amenazas socioeconómicas y culturales, la desviación, la delincuencia y la violencia⁴¹. A esta misma conclusión llegan Igartua y Muñiz, quienes señalan que la mayor parte de la información sobre inmigración recogida en los medios españoles tiene un carácter negativo, siendo además los principales temas con que se aborda el fenómeno aquellos relativos a dificultades y/o problemas ocasionados

³⁸ TAN, Alexis, FUJIOKA, Yuki y LUCHT, Nancy, “Native American stereotypes, TV portrayals, and Personal Contact”, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXIV, nº 2, 1997, pp. 265-284.

³⁹ ENTMAN, Robert, “Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change”, *Journalism Quarterly*, vol. 69, nº 2, 1992, pp. 341-361 y GREENBERG, Bradley S., MASTRO, Dana y BRAND, Jeffrey E., op. cit.

⁴⁰ MINISTERIO DEL INTERIOR, Extranjeros con tarjeta o permiso de residencia en vigor a 31 de diciembre de 2003, Madrid, Ministerio del Interior, 2004.

⁴¹ VAN DIJK, Teun A., *Racismo y análisis crítico de los medios*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1997.

por los inmigrantes⁴². De la misma forma, los autores observaron cómo, dentro de un patrón general de negatividad, se apreciaban diferencias significativas en el tratamiento informativo dado a los inmigrantes en las noticias en función de su origen étnico y/o geográfico. Así, los latinoamericanos y europeos comunitarios recibían un tratamiento más positivo que los inmigrantes procedentes de África y Europa del Este. Finalmente, comprobaron cómo la televisión, frente a la prensa, tiende a abordar la inmigración desde un punto de vista más sensacionalista⁴³.

A conclusiones similares llegan Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado, et al. en una reciente investigación sobre la representación de la inmigración y los inmigrantes en los principales periódicos españoles de ámbito nacional (*El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*)⁴⁴. Mediante un análisis de contenido de cerca de 900 noticias publicadas durante todo el año 2002, los autores detectaron los principales encuadres noticiosos que guian la elaboración de las informaciones sobre el fenómeno inmigratorio. Hasta 17 diferentes tipos de encuadres fueron detectados de manera inductiva en las noticias, de los cuales 5 eran los que predominan: 1) “Actuación de políticos sobre extranjería”, 2) “Control de fronteras” 3) “Actuaciones sobre menores inmigrantes” 4) “Inmigrantes como delincuentes” y 5) “Control comunitario de la inmigración”. Además, mediante un análisis discriminante, se pudo identificar el posicionamiento de cada diario estudiado a la hora de dar cobertura informativa al tema de la inmigración, constatándose que los mismos acontecimientos eran enfocados de forma diferente por los distintos periódicos. Los autores señalan la existencia de dos grupos diferentes de periódicos, atendiendo tanto a su talante ideológico (progresista *versus* conservador), como a su modelo de diario (prensa de prestigio *versus* sensacionalista). De esta manera, tanto *El País* como el *ABC* ofrecen una cobertura más seria de la inmigración –estando más presentes en sus noticias temas como la política inmigratoria– mientras que los restantes periódicos (*El Mundo* y *La Razón*) tienden a sensacionalizar sus informaciones sobre este asunto –con una mayor preferencia de encuadres temáticos relacionados con la problemática social de los inmigrantes–.

⁴² IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos, op. cit.

⁴³ Ibíd.

⁴⁴ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

5. *Hipótesis de investigación*

Partiendo de la base teórica indicada, el trabajo que aquí se presenta pretende analizar las representaciones de la inmigración y los inmigrantes en las fotografías periodísticas de la prensa española. Para ello, planteamos las siguientes hipótesis:

H1: Las fotografías periodísticas retratan de forma diferente a los inmigrantes con respecto a otros actores relacionados con la inmigración.

H2: Existen diferencias entre los distintos periódicos españoles a la hora de presentar la inmigración a través de las fotografías de sus noticias.

6. *Método*

6.1. *Muestra de contenidos*

Para la realización de la investigación, se seleccionó una muestra de las fotografías aparecidas en las informaciones sobre inmigración o inmigrantes, elaborándose esta selección en dos etapas, pues en principio se detectaron las noticias y posteriormente las fotografías. El universo o población de análisis estaba formado por todas las noticias, reportajes, breves o entrevistas publicadas en 2002 por los principales diarios españoles de información general: *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*. Sobre este universo se realizó un muestreo sistemático, revisando una semana completa por cada mes, elaborada de forma aleatoria (para cada mes se eligieron al azar 7 días, para completar una semana). Partiendo de esta premisa, se analizaron los diarios para seleccionar todas las informaciones, haciendo una revisión de todas las secciones a excepción de las de opinión y deportes, obteniéndose un total de 819 informaciones. A partir de estas unidades, se seleccionaron aquellas que contuvieran alguna fotografía (excluyendo otros elementos gráficos), obteniéndose finalmente una muestra de 351 unidades de análisis.

6.2. *Ficha de análisis*

La ficha de análisis confeccionada para el estudio estaba compuesta por tres apartados principales:

a. *Datos de identificación básicos.* Para cada unidad se identificaron los datos básicos, tales como el diario, día de la semana, fecha o sección

de aparición de la fotografía, autor de la imagen y género de la información dentro de la que aparecía la fotografía.

- b. *Análisis del emplazamiento de la fotografía.* En este apartado se codificaron los 5 aspectos de emplazamiento de las unidades que podrían ofrecer una imagen de la importancia dada por los diarios a estos elementos gráficos. Así, se analizó la página de aparición, su presencia en la portada, el tamaño y lugar ocupado por la fotografía y, finalmente, la posesión de texto explicativo.
- c. *Análisis de las fotografías.* Finalmente, se codificaron los elementos presentes en cada fotografía, como son los actores presentes, determinando cuál es el actor protagonista (en caso de haberlo) en cada unidad. Se dio una especial atención a los inmigrantes, codificando, entre otras cuestiones, su sexo, edad, etnia y estado físico. Por último, se analizaron los aspectos formales de las fotografías, como el plano utilizado o la angulación de la toma.

6.3. Codificación

114
Vol. XIX • N° 1
C y S • 2006

La codificación de las unidades de análisis fue realizada por un único evaluador. Con posterioridad a la codificación, y a fin estimar la fiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se contó con la ayuda de otro codificador (un alumno de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual). Para ello, se seleccionó de forma aleatoria una submuestra (de 50 unidades), consistente en el 14% de las unidades componentes de la muestra inicial. El valor mínimo obtenido tras el chequeo de la fiabilidad intercodificadores (Fórmula de la Pi de Scott) fue de .60, obtenido en las variables relativas a la “escala de plano utilizado” y la “actividad desarrollada por el inmigrante”. El valor medio de acuerdo de las 22 variables que fueron consideradas fue de .79⁴⁵.

⁴⁵ NEUENDORF, Kimberly A., *The content analysis guidebook*, Thousand Oaks (CA), Sage Publications, 2002.

Tabla 1: Perfil general de los resultados

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Diario		
El País	88	25,1%
El Mundo	62	17,7%
ABC	123	35%
La Razón	78	22,2%
Sección		
Nacional	177	50,4%
Internacional	50	14,2%
Economía, trabajo	3	0,9%
Cultura	1	0,3%
Sociedad	54	15,4%
Otras	66	18,8%
Género de la información		
Noticia	153	68,9%
Reportaje	141	15,7%
Breve	25	10%
Entrevista	32	5,4%
Quién realiza la fotografía		
Fotógrafo	242	43,6%
Agencia	55	40,2%
Otros	35	7,1%
No se menciona	19	9,1%
Día de la semana		
Lunes	42	12%
Martes	49	14%
Miércoles	39	11,1%
Jueves	36	10,3%
Viernes	30	8,5%
Sábado	51	14,5%
Domingo	104	29,6%
Estación del año		
Invierno	98	27,9%
Primavera	86	24,5%
Verano	113	32,2%
Otoño	54	15,4%
Momento del día de la fotografía		
Día	198	56,4%
Noche	34	9,7%
No se aprecia	119	33,9%

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Actualidad de la fotografía		
Fotografía actual	164	46,7%
Fotografía de archivo	57	16,2%
No se sabe	130	37%
Escala de plano utilizado		
No aparecen figuras humanas retratadas	13	3,7%
Plano Detalle	2	0,6%
Primerísimo Primer Plano	7	2%
Primer Plano	41	11,7%
Plano Medio	66	18,8%
Plano Americano	40	11,4%
Plano General	131	37,3%
Gran Plano General	46	13,1%
Plano Conjunto	5	1,4%
Angulación de la fotografía		
No aparecen figuras humanas retratadas	13	3,7%
Picado	136	38,7%
Contrapicado	56	16%
Frontal	146	41,6%
N	351	100%

7. Resultados

7.1. Perfil general de los contenidos informativos analizados

La mayoría de las fotografías o unidades de análisis analizadas fueron localizadas en ABC (35%) y *El País* (25,1%). Las informaciones que contaban con acompañamiento fotográfico se solían incluir dentro de la sección “Nacional” (50,4%) y “Sociedad” (15,4%), siendo además el formato de “noticia” el predominante dónde las unidades de análisis eran localizadas (69%). En cuanto a la procedencia de las fotografías, el 43,6% de éstas habían sido realizadas por fotógrafos, frente a un 40,2% de imágenes procedentes de Agencia. Respecto a la localización temporal, la mayoría de las unidades analizadas fueron encontradas en los sábados y domingos (44,1% del total), así como dentro de las fechas pertenecientes al verano (32,2%). Junto a ello, las imágenes de la mayoría de las unidades de análisis se presentaban ocurridas durante el día (56,4%), siendo además el 46,7% de las fotografías actuales, frente a un escaso 16% de fotografías de archivo. Igualmente, y en cuanto a los aspectos más formales, la mayoría de las fotografías presentaban una angulación frontal o a nivel de los ojos

(41,6%), siendo también importantes las tomas en picado (38,7%). Finalmente, prevalecían los planos lejanos (52%) y los planos medios (30,2%), con un predominio claro del plano general (37,3%) y el plano medio (18,8%) a la hora de la realización de las fotografías (Ver Tabla 1).

7.2. *Emplazamiento dado a las fotografías*

La importancia dada por cada diario a las fotografías sobre inmigración o inmigrantes se puede observar, en cierto grado, a través del estudio de su emplazamiento dentro de las noticias. En concreto, fueron codificadas 5 variables relativas a (1) la página en la que aparece la fotografía, (2) el lugar ocupado dentro de la página, (3) la presencia de la fotografía en la portada, (4) el tamaño de la imagen y, finalmente, (5) la posesión de un texto explicativo. Al analizar las diferencias de emplazamiento entre diarios, se observó cómo el ABC (40,7%) y, sobre todo, *La Razón* (53,8%) tendían a presentar las fotografías en página impar, mientras que los restantes lo hacían en página par ($\chi^2(3) = 14,19$, $p < .001$). Asimismo, era destacable la existencia de diferencias significativas entre los periódicos en cuanto al lugar ocupado por la imagen dentro de la página ($\chi^2(6) = 22,61$, $p < .01$) y, mientras *El País* solía presentar las fotografías en la parte superior (70,5%), *La Razón* tendía a emplazarlas ocupando el centro de la página (43,6%). En lo referente a las diferencias en cuanto al tamaño de las imágenes, estás también eran significativas ($\chi^2(3) = 20,18$, $p < .001$), siendo el ABC y *La Razón* los que utilizaban fotografías de mayor tamaño (es decir, que ocupaban un mayor espacio dentro de la superficie de la página, en ocasiones superior a 1 cuarto de la página). De la misma manera, cabe mencionar la presencia de diferencias en el uso de pies de foto ($\chi^2(3) = 13,24$, $p < .01$), siendo en este caso *El País* y ABC los periódicos que con mayor porcentaje utilizaban este acompañamiento textual a las imágenes. Finalmente, en cuanto a la presencia de las fotografías en las portadas, no fueron encontradas diferencias significativas entre los diferentes diarios.

7.3. *Imagen visual de los inmigrantes*⁴⁶

Uno de los objetivos del estudio era el análisis de la representación visual de la inmigración e inmigrantes en las fotografías periodísticas. Para ello, se

⁴⁶ Es necesario mencionar que en varias de las Tablas de Contingencia que se presentan a continuación, la base muestral no viene constituida por el total de fotografías analizadas, sino que se han descartado aquellas fotografías en las que no aparecía o estaba presente el aspecto analizado por la variable.

examinaron los actores reflejados en las fotografías. Se observó que la mayoría de éstas tendían a presentar grupos de personas en la imagen (47%), aunque también era importante el porcentaje de fotografías que retrataban acciones desarrolladas por un único actor, llegando hasta el 22,5% del total. Los inmigrantes ocupaban en la mayoría de las ocasiones (53,3%) el papel de protagonistas dentro de las imágenes, siendo mucho menor la presencia de otros actores, como son los políticos que protagonizaban el 17% de las fotografías. Centrándonos ya en los inmigrantes como actores, estos eran representados en la mayoría de las ocasiones como grupo (42,7%), normalmente aparecían inmigrantes hombres (32,5%), siendo mucho menor la presencia de mujeres inmigrantes (9,4%) y además casi siempre eran fotografiados inmigrantes adultos (40,5%), ocupando los menores de edad de origen extranjero un escaso 6,3% de las imágenes. En cuanto a su origen étnico, se observó una clara superioridad del colectivo de origen caucásico o blanco (normalmente constituido por los inmigrantes procedentes de Europa, norte de África y Oriente Próximo), estando presentes en un 35% de las fotografías analizadas. Lejos quedaban otros grupos étnicos, como los inmigrantes de origen subsahariano (15%), latinos con el 0,6% y asiáticos con el 0,3%, los cuales casi no tenían presencia visual en las fotografías periodísticas.

En cuanto al contexto en el que se desenvolvían las acciones fotografiadas, se observó la existencia de 4 escenarios (dejando al margen la opción de otros lugares que era la que tiene una mayor presencia) que persistentemente eran fotografiados al retratar la inmigración. Así, la calle (23,4%) era, con diferencia, el espacio más fotografiado, seguido de las oficinas (7,1%), las pateras (6,3%) y los espacios abiertos de la naturaleza (4,6%). Si atendemos a la relación entre los lugares y los actores protagonistas, se observaba la existencia de diferencias significativas entre la representación de cada uno de ellos ($\chi^2(21)=138,88$, $p<.001$). De esta manera, los inmigrantes eran normalmente fotografiados en la calle, así como llegando a las costas españolas en pateras u otras embarcaciones o caminando por los espacios abiertos de la naturaleza. Por su parte, la policía y otros agentes de seguridad eran retratados normalmente en la calle y junto a las pateras o los recintos portuarios. Finalmente, los políticos mayoritariamente eran fotografiados en despachos y oficinas u otros lugares que no han sido detallados en el estudio (Véase los datos ofrecidos en la Tabla 2). Si nos centramos en las acciones desarrolladas por los inmigrantes, se comprobó cómo en la mayoría de las ocasiones éstos aparecían siendo detenidos o esposados (12,3%), caminando (7,1%) o en actitud de pose ante la cámara (6,8%), esta última, independientemente del fondo sobre el que aparecieran, que podía ser un calle o una comisaría.

Tabla 2: Lugares fotografiados, por actor protagonista de la fotografía.

Lugares fotografiados	% Total	Actor protagonista de la fotografía			
		Inmigrante	Policía	Políticos	Otras personas
Otros lugares o lugares no reflejados	30,7%	18,7%	15,4%	68,3%	33,9%
Centros educativos, religiosos y de ocio	6,9%	7,5%	7,7%	0%	11,9%
Centros de trabajo	8,8%	3,7%	0%	28,3%	6,8%
Celdas, comisarías y juzgados	1,6%	2,1%	0%	0%	1,7%
Imágenes de la calle y domicilios	31,7%	37,4%	30,8%	3,3%	42,4%
Puertos, embarcaciones y aeropuertos	10,3%	14,4%	38,5%	0%	1,7%
Centros de acogida y médicos	4,1%	6,4%	0%	0%	1,7%
Costas, playas, espacios de la naturaleza	6%	9,6%	7,7%	0%	0%
N	319	187	13	60	59

Diferencia por diarios: $\chi^2(21)=138,88$, $p<.001$

Tabla 3: Angulación de la fotografía, por actor protagonista.

Anulación de la fotografía	% Total	Actor protagonista de la fotografía				
		Inmigrante	Policía	Personal de apoyo	Políticos	Otras personas
Picado	39,5%	47,1%	38,5%	66,7%	18,3%	35,7%
Contrapicado	16,6%	17,6%	23,1%	0%	8,3%	21,4%
Frontal	43,9%	35,3%	38,5%	33,3%	73,3%	42,9%
N	319	187	13	3	60	56

Diferencia por actor protagonista: $\chi^2(8)=29,65$, $p<.001$

7.4. Tratamiento dado por cada periódico

Centrándonos en el análisis de las diferencias existentes entre la imagen presentada por cada periódico de la inmigración y los inmigrantes, se observó cómo existían diferencias significativas en cuanto a la representación de los actores en las fotografías presentes en sus noticias ($\chi^2(6)=13,55$, $p<.05$). Así, y aunque todos los diarios tendían a fotografiar a grupos de actores (61,5%) más que a personas solas, tanto *El País* como *El Mundo* prevalecían en el uso de fotografías de conjunto. Frente a ello, el *ABC* (23,6%) y, sobre todo, *La Razón* (33,3%) tendían a utilizar más fotografías de actores individuales que los restantes dos diarios (Ver Tabla 4). Unos resultados que eran similares a los obtenidos al analizar la presencia de los propios inmigrantes en las fotografías de los diferentes diarios. Se comprobó de nuevo cómo en la mayoría de las ocasiones se fotografián grupos de inmigrantes (26,9%), si bien la diferencia era escasa con respecto a las fotografías de inmigrantes individuales (20,5%). Donde si afloraron más diferencias significativas ($\chi^2(6)=17,43$, $p<.01$) fue entre los periódicos. Así, se observó cómo el *ABC* (43,9%) y sobre todo *El País* (55,7%) tendían a presentar fotografías con grupos de inmigrantes, mientras que tanto *El Mundo* (21%) como *La Razón* (20,5%) acostumbraban a utilizar más fotografías donde aparecía un inmigrante en solitario, protagonizando la imagen (Véase los datos en la Tabla 4).

Además, se observaron diferencias significativas entre los diarios españoles en cuanto a los actores que protagonizan las acciones reflejadas en sus fotografías ($\chi^2(9)=22,92$, $p<.05$). Como se observa en la Tabla 5, *El Mundo* (61,8%) y, sobre todo, *El País* (67,1%) tendían a utilizar fotografías en las que los inmigrantes eran los protagonistas. Por el contrario, en los diarios *ABC* (18,8%) y,

Tabla 4: Presencia de grupos de actores e inmigrantes, por periódicos.

Número de actores	% Total	Periódico			
		El País	El Mundo	ABC	La Razón
Ninguno	3,7%	2,3%	1,6%	4,9%	5,1%
1 actor	22,5%	12,5%	21,0%	23,6%	33,3%
2 actores o más	73,8%	85,2%	77,4%	71,5%	61,5%
Número de inmigrantes	% Total	Periódico			
		El País	El Mundo	ABC	La Razón
No aparece	40,7%	28,4%	37,1%	43,9%	52,6%
1 inmigrante	16,5%	15,9%	21,0%	12,2%	20,5%
2 inmigrantes o más	42,7%	55,7%	41,9%	43,9%	26,9%
N	351	88	62	123	78

Diferencia número de actores por periódicos: $\chi^2(6)=13,55$, $p<.05$ Diferencia número de inmigrantes por periódicos: $\chi^2(6)=17,43$, $p<.01$

fundamentalmente, *La Razón* (34,3%) los actores protagonistas solían ser los políticos. En cuanto al tercer actor más presente en las fotografías (los policías), tenía una presencia destacada tanto en *El País* (7,3%) como en el ABC (4,5%), siendo mucho menor su presencia en los restantes periódicos.

Tabla 5: Actor protagonista, por periódicos.

Actor protagonista	% Total	Periódico			
		El País	El Mundo	ABC	La Razón
Inmigrantes	58,6%	67,1%	61,8%	57,1%	48,6%
Políticos	18,8%	7,3%	16,4%	18,8%	34,3%
Otras personas	18,5%	18,3%	21,8%	19,6%	14,3%
Policías	4,1%	7,3%	0%	4,5%	2,9%
N	319	82	55	112	70

Diferencia por periódicos: $\chi^2(9)=22,92$, $p<.05$

La cobertura fotográfica realizada por cada periódico de las actividades desarrolladas por los inmigrantes también era significativamente diferente ($\chi^2(39)=68,27$, $p<.01$). Se observó la existencia de dos tendencias en los dia-

rios a la hora de enfocar las actividades. Así, por una parte, tanto *El País* como el *ABC* tendían a enfocar a los inmigrantes siendo detenidos o en el momento de las expulsiones (18,2% y 11,4% respectivamente), así como siendo rescatados o auxiliados (8% y 4,1%), actividades muy relacionadas con el control de fronteras y llegada de pateras. Por el contrario, tanto *El Mundo* como *El País* destacaban a la hora de presentar imágenes más relajadas, como es el caso de inmigrantes que aparecen caminando o posando para la cámara (8% y 9,7% en cada caso). Se observó que en *La Razón* destacaban, con mucha mayor frecuencia que en otros diarios, imágenes de inmigrantes mendigando (7,7%). Aunque, es también reseñable que en un 57,7% de sus fotografías no aparecía reflejada ninguna actividad realizada por inmigrantes, debido a que era el diario, como se ha visto, que más cobertura ofrecía de otros actores, como los políticos. Una situación similar a la del *ABC*, donde hasta un 48,8% de sus fotografías no reflejaba actividad alguna de los inmigrantes. Finalmente, y en cuanto a aspectos más formales, cabe mencionar la existencia de diferencias en el emplazamiento de la fotografía dentro de la página ($\chi^2(6)=22,60$, $p<.001$). Así, tanto *El País* (70,5%) como el *ABC* tendían a emplazar las fotografías en la parte superior, mientras que *El Mundo* (21%) y *La Razón* (43,6%) solían presentarlas en el centro, ocupando tanto la parte superior como la inferior y otorgándole, por tanto, un mayor emplazamiento en la página que contenía la noticia (Ver tabla 6).

Tabla 6: Lugar que ocupa la fotografía en la página, por periódicos.

Actor protagonista	% Total	Periódico			
		El País	El Mundo	ABC	La Razón
Parte superior	61,8%	70,5%	66,1%	66,7%	41,0%
Parte inferior	13,1%	9,1%	12,9%	14,6%	15,4%
Centro de la página	25,1%	20,5%	21,0%	18,7%	43,6%
N	351	88	62	123	78

Diferencia por periódicos: $\chi^2(6)=22,60$, $p<.001$

8. Discusión y conclusiones

A partir de los datos recogidos, podemos concluir que la imagen de la inmigración que con más consistencia es ofrecida por la prensa a través de sus fotografías es la de un grupo normalmente compuesto por hombres adul-

tos y de origen magrebí o subsahariano. Y es que, los medios tienden a presentar el fenómeno inmigratorio como el del colectivo, sin centrarse en casos particulares, sin contextualizar ni ofrecer información que nos permita saber las circunstancias personales que llevan a cada actor a realizar las acciones que son narradas y visualizadas⁴⁷. Con todo, los inmigrantes tienen el protagonismo en la mayoría de las imágenes que retratan la inmigración, aunque hay también una presencia muy importante de la clase política en este tipo de fotografías. Esto, unido a los contextos en que se desenvuelven las acciones fotografiadas, como son la calle, las costas y las pateras en el caso de los inmigrantes y policías, y los despachos en el caso de los políticos, nos hace pensar que la prensa consistentemente utiliza dos “encuadres visuales” en las fotografías sobre inmigrantes o inmigración. Por una parte, hay una clara presencia del encuadre relativo al “control de fronteras”, vinculado con la llegada de pateras a las costas españolas, con inmigrantes magrebíes y subsaharianos a bordo y con la participación de policías que les retienen. Por otra parte, encontramos un encuadre de “debate político” donde los diferentes representantes políticos, tanto de la Administración como de los diversos partidos, son fotografiados dando testimonio sobre la política inmigratoria.

Junto a ello, se constatan claras diferencias en el tratamiento dado por la prensa a través de las fotografías a cada actor. Así, mientras que los inmigrantes son presentados normalmente desarrollando actividades de carácter negativo, tales como siendo detenidos o esposados, mendigando o envueltos en contextos perjudiciales, como chavolas, pateras e incluso vertederos, los restantes actores reciben una mejor cobertura. Los policías, si bien son enfocados en pateras y envueltos en detenciones o expulsiones, normalmente aparecen fotografiados desde ángulos mucho más favorables que los inmigrantes. Así, los inmigrantes suelen ser fotografiados desde ángulos picados, que producen un efecto perceptivo claro de inferioridad y sumisión⁴⁸. Por el contrario, la policía tiende a ser presentada desde ángulos frontales o contrapicados, produciéndose así un efecto de intimidación y una imagen de poder. Igualmente, es diferente la cobertura visual de inmigrantes y políticos. Éstos últimos son enfocados normalmente en des-

⁴⁷ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

⁴⁸ MANDELL, Lee M. y SHAW, Donald L., “Judging people in the news-unconsciously: effect of camera angle and bodily activity”, *Journal of Broadcasting*, vol. XVII, n° 3, 1973, pp. 353-62; MESSARIS, Paul, *Visual literacy. Image, mind and reality*, Boulder (CO), Westview Press, 1994 y MCCAIN, Thomas A., CHILBERG, Joseph y WAKSHLAG, Jacob, “The effect of camera angle on source credibility and attraction”, *Journal of Broadcasting*, vol. XXI, n° 1, 1977, pp. 35-46.

pachos con planos medios, agrandan el poder percibido de la persona⁴⁹ y desde un ángulo frontal, lo que produce intimidad y confianza en el lector⁵⁰. Se confirma así la primera de las hipótesis planteadas, puesto que se ha comprobado que el trato dado a los inmigrantes en las fotografías es muy diferente al de los restantes actores, como son policías, políticos y otras personas relacionadas con el fenómeno.

En cuanto a la segunda hipótesis, podemos concluir que existen diferencias claras entre los distintos periódicos españoles a la hora de presentar la inmigración en las fotografías de sus noticias. Así, observamos cómo *El País*, un diario que es considerado progresista y de prestigio⁵¹, suele presentar fotografías donde el protagonista son los propios inmigrantes, visualizados como grupo y normalmente envueltos en acciones referidas a la llegada de pateras o entrada en nuestro país. Por su parte, el *ABC*, que también es considerado un diario de prestigio, si bien con una línea más conservadora⁵², tiende a presentar fotografías similares, donde se refleja la entrada de grupos de inmigrantes, aunque difiriendo con *El País* al tener a los políticos como los actores que predominantemente protagonizan sus informaciones. *El Mundo*, considerado prensa progresista aunque con tintes tendentes al sensacionalismo⁵³, suele enfocar visualmente a los inmigrantes como protagonistas de sus noticias, aunque de forma individual y no en grupo. Además, estos inmigrantes son presentados de forma relajada, caminando o posando para la cámara y con fotos amplias que se sitúan en el centro de la página del periódico. El último de los diarios analizados, *La Razón*, es considerado como diario conservador y con tintes sensacionalistas⁵⁴. Este periódico, que además era el que la mayor importancia otorgaba a las fotografías sobre inmigración de los estudiados, suele enfocar a los políticos e inmigrantes protagonizando sus fotografías, mostrando mayoritariamente a los inmigrantes como personas individuales que desarrollan actividades negativas (como por ejemplo la mendicidad).

⁴⁹ MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, op. cit.

⁵⁰ WALKMAN, Paul y DEVITT, James, op. cit.

⁵¹ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

⁵² Ibíd.

⁵³ ARMENTIA, José Ignacio, “Las nuevas propuestas formales de la prensa española ante el fin de siglo: del protodiseño periodístico al diario de servicios”, *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol. V, 1998, pp. 201-224; IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

⁵⁴ IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, op. cit.

Por tanto, podemos concluir que los diarios españoles presentan estrategias claramente diferentes a la hora de enfocar el fenómeno de la inmigración a través de las fotografías. Evidentemente, el hecho de que estas imágenes se presenten como complemento de la información escrita de las noticias, así como la existencia de públicos concretos a los que va dirigido cada uno de los periódicos, pueden provocar que la visión de un mismo fenómeno sea muy diferente. Se puede pensar como probable el que, mientras los lectores de *El País* vean la inmigración como un fenómeno social que nos afecta en cuanto a que hay grupos de inmigrantes que intentan llegar a nuestras costas para empezar una nueva vida, los lectores de *La Razón*, pueden llegar a pensar más en términos de problema político, de conflicto entre los que llegan y los que están, que además debe ser resuelto mediante leyes dictadas por los poderes públicos.

Bibliografía citada

ARMENTIA, José Ignacio, "Factores que determinan el diseño de la prensa diaria", Universidad Autónoma de Barcelona. Portal de la Comunicación (InCom), Barcelona, 2003. [consultado el 23 de octubre de 2004]. Disponible en Internet: <http://www.portal-comunicacion.com>

ARMENTIA, José Ignacio, "Las nuevas propuestas formales de la prensa española ante el fin de siglo: del protodiseño periodístico al diario de servicios", *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol. V, 1998, pp. 201-224.

CANEL, María José, "El País, ABC y El Mundo: Tres manchetas, tres enfoques de las noticias", *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol. VI, 1999, pp. 97-117.

COLEMAN, Renita, "The Effects of Visuals on Ethical Reasoning: What's a Photograph Worth to Journalists Making Moral Decisions?", Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Miami (EEUU), 4 al 11 de agosto de 2002.

DE VREESE, Claes H., "The effects of frames in political television news on audience perceptions of routine political news", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXXI, nº 1, 2004, pp. 36-52.

DIXON, Travis y LINZ David, "Overrepresentation and underrepresentation of African Americans and Latinos as lawbreakers on television news", *Journal of Communication*, vol. L, nº 2, 2000, pp. 131-154.

ENTMAN, Robert, "Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents", *Journal of Communication*, vol. XLI, nº 4, 1991, pp. 6-27.

ENTMAN, Robert, "Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change", *Journalism Quarterly*, vol. LXIX, nº 2, 1992, pp. 341-361.

ENTMAN, Robert, "Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, vol. XLIII, nº 3, 1993, pp. 51-58.

FISHMAN, Jessica M. y MARVIN, Carolyn M., "Portrayals of Violence and Group Difference in Newspaper Photographs: Nationalism and Media", *Journal of Communication*, vol. LIII, nº 1, 2003, pp. 32-44.

GIBSON, Rhonda y ZILLMAN, Dolf, "Reading between the photographs. The influence of incidental pictorial information on issue perception", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXVII, nº 2, 2000, pp. 355-366.

GIBSON, Rhonda, ZILLMAN, Dolf y SARGENT, Stephanie, "Effects of Photographs in News Reports on Issue Perception". Comunicación presentada en la convención de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Baltimore (EEUU), 5 al 8 de agosto de 1998.

GILLIAM, Franklin D. e IYENGAR, Shanto, "Super-Predators or Victims of Societal Neglect? Framing Effects in Juvenile Crime Coverage", 2003. [consultado el 23 de octubre de 2004]. Disponible en Internet: <http://pcl.stanford.edu/common/docs/research/gilliam/2003>

GREENBERG, Bradley S., MASTRO, Dana y BRAND, Jeffrey E., "Minorities and the mass media: Television Into the 21st Century" en J. BRYANT y D. ZILLMANN (Eds.), *Media Effects. Advances in the Theory and Research*, Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 2002, pp. 333-351.

IGARTUA, Juan José, CHENG, Lifen y MUÑIZ, Carlos, "Framing Latin America in the Spanish press. A cooled down friendship between two fraternal lanas", *Communications: The European Journal of Communication Research*, vol. XXX, nº 3, 2005, pp. 359-372.

IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, *Teoría e investigación en comunicación social*, Madrid, Síntesis, 2004.

IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, CHENG, Lifen, MUÑIZ, C., GARCÍA, Milagros, GARCÍA, Ana Rita, GOMES, Angela Maria, GOMES, Derval, AMARAL, Nuno y CANAVILHAS Joao, "Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre", *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, nº 1, 2004, pp. 47-75.

IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos, "Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas", *Zer, Revista de estudios de comunicación*, vol. XVI, 2004, pp. 87-104.

IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos, CALVO, Pablo, OTERO, José Antonio y MERCHÁN, Juan, "La imagen de la inmigración en la prensa y la televisión. Aproximaciones empíricas desde la teoría del framing" en J. M. SABUCEDO, J. ROMAY y A. LÓPEZ-CORTÓN (Comps.), *Psicología política, cultura, inmigración y comunicación social*, Madrid, Editorial Biblioteca Nueva, 2005, pp. 239-246.

IGARTUA, Juan José, MUÑIZ, Carlos y CHENG, Lifen, "La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso", *Migraciones*, vol. XVII, 2005, pp. 143-181.

KNOBLOCH, Silvia, HASTALL, Matthias, ZILLMANN, Dolf y CALLISON, Coy, "Imagery effects on the selective reading of Internet newsmagazines: A cross-cultural examination", *Communication Research*, vol. XXX, nº 1, 2003, pp. 3-29.

LIPPmann, Walter, *Public opinion*, Macmillan, New York, 1922.

MAHER, T. Michael, "Framing: An emerging paradigm or a phase of agenda-setting?" en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 83-94.

MANDELL, Lee M. y SHAW, Donald L., "Judging people in the news-unconsciously: effect of camera angle and bodily activity", *Journal of Broadcasting*, vol. XVII, nº 3, 1973, pp. 353-62.

MCCAIN, Thomas A., CHILBERG, Joseph y WAKSHLAG, Jacob, "The effect of camera angle on source credibility and attraction", *Journal of Broadcasting*, vol. 21, nº 1, 1977, pp. 35-46.

MCLEOD, Douglas M. y DETENBER, Benjamin H., "Framing effects of television news coverage of social protest", *Journal of Communication*, vol. XLIX, nº 3, 1999, pp. 3-23.

MCCOMBS, Maxwell E. y EVATT, Dixie, "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-Setting", *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, nº 1, 1995, pp. 7-32.

MCCOMBS, Maxwell E., LLAMAS, Juan Pablo, LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban y REY, Federico, "Candidate images in Spanish elections: second-level Agenda-Setting effects", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXIV, nº 4, 1997, pp. 703-717.

MESSARIS, Paul, *Visual literacy. Image, mind and reality*, Boulder (CO), Westview Press, 1994.

MESSARIS, Paul, y ABRAHAM, Linus, "The Role of Images in Framing News Stories" en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 215-226.

MILLER, M. Mark y RIECHERT, Bonnie, "The spiral of opportunity and frame resonance. Mapping the issue cycle in news and public discourse" en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 107-121.

MINISTERIO DEL INTERIOR, *Extranjeros con tarjeta o permiso de residencia en vigor a 31 de diciembre de 2003*, Madrid, Ministerio del Interior, 2004.

NAVAS, Alejandro y SÁNCHEZ, José Javier, Ventana y espejo. *Personas en riesgo de exclusión social en los medios de comunicación*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 2003.

NELSON, Thomas E. y KINDER, Donald R., "Issue framing and group-centrism in American public opinion", *Journal of Politics*, vol. 58, nº 4, 1996, pp. 1055-1078.

NEUENDORF, Kimberly A., *The content analysis guidebook*, Thousand Oaks (CA), Sage Publications, 2002.

PRICE, Vincent, TEWKSURY, David y POWERS, Elizabeth, "Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses", *Communication Research*, vol. XXIV, nº 5, 1997, pp. 481-506.

REESE, Stephen D., "Prologue—Framing public life: A bridging model for media research" en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 7-31.

RHEE, June W., "Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects", *Journal of Communication*, vol. XLVII, nº 3, 1997, pp. 26-48.

RETIS, Jessica, "La dimensión simbólica de la inmigración latinoamericana en España. Representaciones de la alteridad en tiempos de globalización" en E. E. GONZÁLEZ (Ed.), *Identidad y multiculturalismo. La construcción de espacios iberoamericanos*, Consejo Español de Estudios Iberoamericanos, Salamanca, 2004, pp. 421-446.

SÁDABA, María Teresa, "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (Framing) en comunicación", *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, nº 2, 2001, pp. 143-175.

SCHEUFELE, Dietram, "Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of political communication", *Mass Communication and Society*, vol. 3, nº 2-3, 2000, pp. 297-316.

SEMETKO, Holli A. y VALKENBURG, Patti M., "Framing European Politics: a content analysis of press and television news", *Journal of Communication*, vol. L, nº 2, 2000, p. 93-109.

TAN, Alexis, FUJIOKA, Yuki y LUCHT, Nancy, "Native American stereotypes, TV portraits, and Personal Contact", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXIV, nº 2, 1997, pp. 265-284.

TANKARD, James W., "The empirical approach to the study of media framing" en S. D. REESE, O. H. GANDY y A. E. GRANT (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*, Mahwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates, 2001, pp. 95-106.

TEWKSURY, David, JONES, Jennifer, PESKE, Matthew W., RAYMOND, Ashlea y VIG, William, "The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXVII, nº 4, 2000, pp. 804-829.

VAN DIJK, Teun A., *Racismo y análisis crítico de los medios*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1997.

VELÁZQUEZ, Teresa, "La presencia de la inmigración como exclusión social en los programas informativos de las televisiones públicas europeas", *Quaderns del CAC*, vol. XII, 2002, pp. 43-56.

WALKMAN, Paul y DEVITT, James, "Newspaper Photographs and the 1996 Presidential Election: The Question of Bias", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. LXXV, nº 2, 1998, pp. 302-311.

Copyright of Comunicacion y Sociedad is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.