

CARLOS MUÑIZ
JUAN JOSÉ IGARTUA
JOSÉ ANTONIO OTERO

Retratos de la inmigración en la prensa española.
¿Una imagen fija de la discriminación?

SEPARATA

CUESTIÓN DE IMAGEN

Aproximaciones al universo audiovisual
desde la comunicación, el arte y la ciencia

Ediciones Universidad
Salamanca

RETRATOS DE LA INMIGRACIÓN EN LA PRENSA ESPAÑOLA. ¿UNA IMAGEN FIJA DE LA DISCRIMINACIÓN?

CARLOS MUÑIZ*, JUAN JOSÉ IGARTUA**
y JOSÉ ANTONIO OTERO***

* *Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey,*

** *Universidad de Salamanca*

*** *Universidad Europea Miguel de Cervantes, Valladolid*

I. INTRODUCCIÓN¹

El estudio de las minorías y su representación mediática es una constante desde hace más de 30 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 ha experimentado 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 medios

¹ La investigación que aquí se presenta se inscribe dentro del proyecto de investigación titulado «Análisis 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-Co7-03.

[p. ej., Igartua, Humanes, Cheng, Muñiz, García, García, Gomes, Gomes, Amaral y Canavilhas 2004; Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado, Medina y Erazo 2004; Igartua y Muñiz 2004; Navas y Sánchez 2003; Retis 2004; Velázquez 2002]. 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 medios para informar sobre el fenómeno migratorio. 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 textos [Messaris y Abraham 2001]. Porque, si bien tradicionalmente se ha considerado que las imágenes fotográficas solo acompañan y complementan la información del texto, lo cierto es que pueden influir en la percepción social de los temas que encuadran visualmente [Gibson y Zillman 2000].

2. TEORÍA DEL *FRAMING*: ENFOQUE 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, una línea que viene representada por la novedosa teoría del *Framing* [Entman 1993; Scheufele 2000; Tankard 2001; De Vreese 2004]. Una postura que se aleja de la tradicional asimilación del *framing* a la teoría de la *Agenda-Setting* [McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey 1997], entendiendo que el *Framing* sería el segundo nivel de ésta. La originaria teoría de la *Agenda-Setting*, o primer nivel, plantea que los medios de comunicación elaboran una «agenda de temas», seleccionando y haciendo más sobresalientes (saliencia) ciertos temas frente a otros, influyendo en la agenda del público, que otorgará mayor importancia a estos asuntos que a otros, menos enfatizados. Los autores plantean que los medios también seleccionan y dan saliencia a ciertos atributos que tienen estos temas, planteándose así el segundo nivel de la *Agenda-Setting*, o «agenda de los atributos» [McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey 1997]. Para esta corriente, la acción de seleccionar y hacer más sobresalientes ciertos atributos frente a otros constituye en sí el *framing*, por lo que lo asimilan con el segundo nivel de la teoría [Igartua y Humanes 2004].

Es precisamente en este punto en el que se basa Scheufele [2000] para explicar la diferencia existente entre ambas teorías, pues plantea que las premisas de cada una son diferentes. 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. Una postura no compartida por otros autores que, sin embargo, también consideran al *framing* como un paradigma con entidad propia [de Vreese 2004; Entman 1991, 1993; Maher 2001; Tankard 2001; Reese 2001]. Así, para estos autores la verdadera diferencia radicaría en el propio objeto de estudio de una y otra corriente. 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* parte del estudio de los distintos elementos que conforman las noticias y que, a través de su repetición y relación entre sí, conforman los diferentes encuadres [de Vreese 2004; Price, Tewksbury y Powers 1997; Maher 2001; Reese 2001].

La teoría del *Framing* se encuentra aún en una faceta inicial y, ni siquiera, hay una propuesta única para definir el concepto de encuadre noticioso (*news frame*) [Igartua y Humanes 2004]. Quizá la propuesta más aceptada viene dada por la definición que plantea Entman [1993, 52], 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.

Frente a esta postura, Tankard [2001, 100] define el concepto de encuadre noticioso como «la idea organizativa central del contenido de las noticias, que proporciona un contexto y presenta el asunto a través del uso de la selección, énfasis, exclusión y elaboración» de ciertos elementos. Muy similar a este planteamiento es el de Miller y Riechert [2001], para quienes los discursos informativos están compuestos por ciertos conceptos, palabras clave o expresiones. El análisis de su organización semántica, es decir, la intensidad de presencia de estos elementos y su relación entre sí, puede descubrir la *estructura latente* que está presente en las noticias, la cual se refleja a través de ciertas *dimensiones subyacentes*, que vendrían a constituir los *frames*. También dentro de este acercamiento inductivo para la determinación de los *frames* encontramos la definición planteada por Igartua, Humanes, Muñoz *et al.* [2004], quienes 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 geo-

gráficos nombrados, actores descritos o acciones realizadas), y «la forma cómo covarían dichos elementos más o menos enfatizados en un texto».

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» [Messaris y Abraham 2001]. Y es que el *framing* no se limita a las palabras, puesto que en el proceso del encuadre también influyen las imágenes [Rhee 1997], las cuales constituyen un punto a través del cual se pueden identificar los diferentes encuadres noticiosos [Tankard 2001]. Por su parte, Entman [1991, 1993], al referirse a los elementos que conforman las noticias y definen los *frames*, cita como parte de los mismos a las imágenes. Mediante la repetición, emplazamiento y refuerzo de las asociaciones existentes entre las diferentes palabras clave e imágenes, se construyen significados o ideas, las cuales son más visibles que otras, constituyéndose así en un enfoque particular del asunto o un determinado *frame* [Entman 1991]. Estos *frames* pueden llegar a afectar la percepción que la audiencia tiene de la información recibida, tanto en lo relativo a cómo se entienden y comprenden los asuntos informados, como en la generación de respuestas a esta información. Un resultado que es denominado «efecto *framing*», y que constituye la última de las fases del proceso del *framing* [de Vreese 2004; Price, Tewksbury y Powers 1997]. La «saliencia» dada a ciertos elementos en las noticias, conlleva que determinados *frames* tengan mayor presencia en las informaciones y en el público que las recibe [Tewksbury, Jones, Peske, Raymond y Vig 2000]. Esta «fortaleza» de ciertos encuadres puede 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 noticias [McLeod y Detenber 1999]. Así lo confirma un reciente estudio desarrollado por de Vreese [2004], que confirmó cómo los encuadres que predominaban en las noticias (en este caso los *frames* de «conflicto» y de «consecuencias económicas»), también eran los que con mayor probabilidad eran utilizados por el público para recordar y elaborar sus juicios sobre el asunto abordado en la información².

² Para una revisión más extensa sobre la teoría del *Framing* y el segundo nivel de la *Agenda-Setting*, es lo indicado por IGARTUA Y HUMANES [2004, pp. 255-264].

3. EFECTOS COGNITIVOS DE LAS IMÁGENES EN LA PERCEPCIÓN SOCIAL Y RECUERDO DE LA INFORMACIÓN

Las fotografías periodísticas desarrollan un papel importante dentro de los contenidos noticiosos, pudiendo ejercer efectos de tipo cognitivo y/o afectivo sobre el público [Coleman 2002]. 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, accesible para el público [Gibson, Zillman y Sargent 1998]. 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 incorporan 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 informado [Gibson y Zillman 2000; Knobloch, Hastall, Zillmann y Callison 2003]. 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 planteadas por escrito. De hecho, en ocasiones las imágenes pueden dañar o perjudicar simbólicamente a ciertos grupos sociales mediante su asociación con aspectos negativos [Coleman, 2002]. No hay que olvidar, además, que una gran parte del público no cuestiona la información recibida cuando esta viene presentada mediante imágenes, pues se acepta que las fotografías son «fieles representaciones de la realidad» [Messaris y Abraham, 2001].

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 narrada [Coleman 2002; Fishman y Marvin 2003; Gibson y Zillman 2000; Gibson, Zillman y Sargent 1998; Gilliam e Iyengar 2003; Walkman y Devitt 1998]. Es ya clásica la idea de que las fotos sirven para establecer una determinada visión del mundo en la mente del público [Lippman 1922], llegando además a ser más efectivas que los propios textos al producir este efecto [Gilliam e Iyengar 2003]. 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 comunicación [Coleman 2002]. La incorporación de fotografías en las noticias hace que estas sean más accesibles para el público, llevando a las personas que leen estas noticias a dedicar más tiempo para procesar esa información [Coleman 2002]. El efecto sobre la percepción del asunto informado puede venir dado por el hecho de reforzar el punto de vista ofrecido en la información

textual [Gibson y Zillman 2000; Gibson, Zillman y Sargent 1998], 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 fotografía [Gibson, Zillman y Sargent 1998]. 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 situaciones [Gibson, Zillman y Sargent 1998].

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 a principios de los años 70 del siglo XX. 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 minoría [Dixon y Linz 2000]. Los diferentes estudios llegan a la conclusión de que, en los medios de comunicación, las minorías tienden a ser representadas de una forma negativa y mucho más prejuiciosa que los miembros de la mayoría blanca [Greenberg, Mastro y Brand 2002]. Esto es importante si se 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» [Tan, Fujioka y Lucht 1997]. 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, puede conducir a manifestaciones de racismo simbólico, sutil o moderno [Entman 1992; Greenberg *et al.* 2002].

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 Europeo [Ministerio del Interior 2004]. 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 violencia [van Dijk 1997]. A esta misma conclusión llegan Igartua y Muñiz [2004] 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 por los inmigrantes. Además, 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 sensacionalista [Igartua y Muñiz 2004].

A conclusiones similares llegan Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado *et al.* [2004] 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*). Mediante un análisis de contenido de cerca de 900 noticias publicadas durante todo el año 2002, los autores detectaron los principales encuadres noticiosos que guiaban la elaboración de las informaciones sobre el fenómeno migratorio. 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 migratoria— 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 [Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado *et al.* 2004].

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 352 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

La codificación de las unidades de análisis fue realizada por un único evaluador. Con posterioridad a la codificación, y a fin de estimar la fiabilidad del estudio (*intercoder reliability*), se contó con la ayuda de otro codificador. Para ello, se seleccionó de forma aleatoria una submuestra (de 50 unidades), consistente en el 10% 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 .79 [Neuendorf 2002].

7. RESULTADOS

7.1. PERFIL GENERAL DE LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS ANALIZADOS

La mayoría de las fotografías o unidades de análisis analizadas fueron localizadas en los diarios *La Razón* (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 donde las unidades de análisis eran localizadas (69%). En cuanto a la procedencia de las fotografías, el 43,6% de estas 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. También, 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).

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%

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario			
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%
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%

VARIABLES		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario			
	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%

7.2. 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 la par ($\chi^2(3) = 14.19$, $p < .001$). Igualmente, 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 diario *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 de tamaño entre las imágenes, estas también eran significativas ($\chi^2(3) = 20.18$, $p < .001$), siendo el *ABC* y *La Razón* los periódicos 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). Igualmente, cabe mencionar la presencia de diferencias en el uso de los

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 se encontraron diferencias significativas entre los diferentes diarios.

7.3. IMAGEN VISUAL DE LOS INMIGRANTES

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 examinaron los actores reflejados en las fotografías. Se observó que la mayoría de estas tendían a presentar grupos de personas en la imagen (47%), aunque también era importante el porcentaje de fotografías que retrataban acciones desarrolladas por un solo 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 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%). Casi siempre eran fotografiados los inmigrantes adultos (40.5%), ocupando los inmigrantes menores de origen extranjero un escaso 6.3% de las imágenes. En cuanto a su origen étnico, se observó un claro predominio 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 persistente aparición de 4 escenarios (dejando al margen la opción de «otros lugares», que era la que tenía una mayor presencia) donde eran fotografiados los protagonistas de las noticias de 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 ($\chi^2(28)=140.37$, $p<.001$). 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 (véanse 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, estos 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 %	Policia %	Personal de apoyo %	Políticos %	Otras personas %
Otros lugares o lugares no reflejados	30.7	18.7	15.4	33.3	68.3	33.9
Centros educativos, religiosos y de ocio	6.9	7.5	7.7	0	0	12.5
Centros de trabajo	8.8	3.7	0	0	28.3	7.1
Celdas, comisarías y juzgados	1.6	2.1	0	0	0	1.8
Imágenes de la calle y domicilios	31.7	37.4	30.8	66.7	3.3	41.1
Puertos, embarcaciones y aeropuertos	10.3	14.4	38.5	0	0	1.8
Centros de acogida y médicos	4.1	6.4	0	0	0	1.8
Costas, playas, espacios de la naturaleza	6	9.6	7.7	0	0	0
N	319	187	13	3	60	56

Diferencia por diarios: $\chi^2(28)=140.37$, $p<.001$.

Al observar las diferencias entre las actividades realizadas por cada etnia analizada, se comprobó la existencia de diferencias significativas ($\chi^2(65)=117.35$, $p<.001$), teniendo los inmigrantes de origen caucásico una mayor variedad de registros. Así, los caucásicos destacaban sobre todo en acciones de detenciones y otras más relajadas, como era caminando o posando para la cámara. Frente a ellos, los inmigrantes de origen subsahariano eran reflejados siendo detenidos (en un porcentaje muy elevado) o siendo rescatados tras la llegada en pateras. Las demás etnias analizadas casi no tenían presencia. Finalmente, se observó la existencia de diferencias claramente significativas en la angulación de cámara utilizada para retratar a cada actor protagonista de la información ($\chi^2(15)=166.34$, $p<.001$).

Así, mientras que los inmigrantes eran enfocados normalmente con picados (47.1%), las imágenes de policías eran tomadas desde frontales o contrapicados (38.5% y 23.1% respectivamente) y las de los políticos, hasta en un 73.3% de las ocasiones, eran tomadas con frontales (ver Tabla 3).

Tabla 3. Angulación de la fotografía, por actor protagonista

ANGULACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA	%	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 de la inmigración presentada por cada periódico, 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 fotografian 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 (véanse los datos en la Tabla 4).

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: $\chi^2(6)=17.43$, $p<.01$.

De la misma forma, se observaron diferencias significativas entre los diarios españoles en cuanto a los actores que protagonizan las acciones reflejadas en sus fotografías ($\chi^2(15)=25.98$, $p<.05$). Como se observa en la Tabla 5, *El Mundo* (54.8%) y, sobre todo, *El País* (62.5%) tendían a utilizar fotografías en las que los inmigrantes eran los protagonistas. Por el contrario, en los diarios *ABC* (17.1%) y, fundamentalmente, *La Razón* (30.8%) 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* (6.8%) como en el *ABC* (4.1%), 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	53.3	62.5	54.8	52	43.6
Políticos	17.1	6.8	14.5	17.1	30.8
Otras personas	16	15.9	19.4	16.3	12.8
Policías	3.7	6.8	0	4.1	2.6
Personal de apoyo	0.9	1.1	0	1.6	0
No se aprecia	9.1	6.8	11.3	8.9	10.3
N	351	88	62	123	78

Diferencia por periódicos: $\chi^2(15)=25.98$, $p<.05$.

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 diarios 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, así como siendo rescatados o auxiliados, actividades muy relacionadas con el control de fronteras y la 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. 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 noticia ($\chi^2(6)=22.60$, $p<.001$). 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 dándole mayor tamaño dentro de la noticia.

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 adultos 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 y sin ofrecer información que nos permita saber las circunstancias personales que llevan a cada actor a realizar las acciones que son narradas y visualizadas [Igartua, Humanes, Muñoz, Cheng, Mellado *et al.* 2004]. 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 utiliza consistentemente 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 migratoria.

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 chabolas, 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 sumisión [Mandell y Shaw 1973; Messaris 1994; McCain, Chilberg y Wakshlag 1977]. Por el contrario, la policía tiende a ser fotografiada 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. Estos últimos son encuadrados normalmente en despachos con planos medios, que agrandan el poder percibido de la persona [Messaris y Abraham 1991] y desde un ángulo frontal, lo que produce intimididad y confianza en el lector [Walkman y Devitt 1998]. Se confirma así la primera de las hipótesis planteadas, dado 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. Los datos obtenidos nos hacen pensar en una distinción entre los diarios atendiendo a la línea editorial del diario (conservador vs. progresista) y al *modelo de diario* (prensa de prestigio vs. popular o sensacionalista) [Armentia 2003], unos datos similares a los ofrecidos por Igartua, Humanes, Muñiz, Cheng, Mellado, et al. en su reciente estudio sobre los encuadres noticiosos de la inmigración en la prensa española [2004]. Así, observamos cómo *El País*, un diario que es considerado progresista y de prestigio, suele presentar fotografías donde

los protagonistas 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 conservadora, tiende a presentar fotografías similares, donde se refleja la entrada de grupos de inmigrantes, aunque difiere con *El País* al situar a los políticos como los actores que predominantemente protagonizan sus informaciones.

Por su parte, *El Mundo*, considerado prensa progresista aunque con tintes sensacionalistas, 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. También *La Razón* adopta un modelo sensacionalista y conservador. Este diario presenta la mayor cobertura visual y otorga la mayor importancia a las fotografías sobre inmigración de los estudiados. Este periódico 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). Por tanto, podemos concluir que los diarios españoles presentan estrategias diferentes al enfocar a través de imágenes el fenómeno de la inmigración, dependiendo de su tendencia ideológica y el modelo de diario. Evidentemente, el hecho de que estas fotografías 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. Así, es probable 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, y que ha de ser resuelto mediante leyes.

BIBLIOGRAFÍA

- ARMENTIA, J. I., *Factores que determinan el diseño de la prensa diaria* [en línea], Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, 2003. Portal de la Comunicación (InCom). <<http://www.portalcomunicacion.com>>.
- COLEMAN, R., «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 (EEU U), 4 al 11 de agosto de 2002.

- DE VREESE, C. H. «The effects of frames in political television news on audience perceptions of routine political news», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81 (1), 2004, pp. 36-52.
- DIXON, T. y LINZ D., «Overrepresentation and underrepresentation of African Americans and Latinos as lawbreakers on television news», en *Journal of Communication*, 50 (2), 2000, pp. 131-154.
- ENTMAN, R. «Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents», en *Journal of Communication*, 41 (4), 1991, pp. 6-27.
- ENTMAN, R., «Blacks in the News: Television, modern racism and cultural change», en *Journalism Quarterly*, 69 (2), 1992, pp. 341-361.
- ENTMAN, R., «Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm», en *Journal of Communication*, 43 (3), 1993, pp. 51-58.
- FISHMAN, J. y MARVIN, C., «Portrayals of violence and group difference in newspaper photographs: Nationalism and media», en *Journal of Communication*, 53 (1), 2003, pp. 32-44.
- GIBSON, R. y ZILLMAN, D., «Reading between the photographs. The influence of incidental pictorial information on issue perception», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77 (2), 2000, pp. 355-366.
- GIBSON, R.; ZILLMAN, D. y SARGENT, S., «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, F. D. y IYENGAR, S., «Super-Predators or victims of societal neglect? Framing effects in juvenile crime coverage», [en línea], 2003. <pcl.stanford.edu/common/docs/research/gilliam/2003>.
- GREENBERG, B.; MASTRO, D. y BRAND, J., «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, 2002, pp. 333-351.
- IGARTUA, J. J. y HUMANES, M. L., *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, 2004.
- IGARTUA, J. J.; HUMANES, M. L.; CHENG, L.; MUÑIZ, C.; GARCÍA, M.; GARCÍA, A. R.; GOMES, A. M.; GOMES, D.; AMARAL, N. y CANAVILHAS, J., «Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre», en *Comunicación y Sociedad*, 17 (1), 2004, pp. 47-75.
- IGARTUA, J. J., HUMANES, M. L.; MUÑIZ, C.; CHENG, L.; MELLADO, C. A.; MEDINA, E. y ERAZO, M. A., «La información sobre inmigración e inmigrantes en la prensa española. ¿Barreras mediáticas a la integración o imágenes que generan xenofobia?», comunicación presentada en el Diálogo *Comunicación y Diversidad Cultural*, Forum 2004, Barcelona, del 24 al 27 de mayo de 2004.
- IGARTUA, J. J. y MUÑIZ, C., «Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas», en *Zer, Revista de estudios de comunicación*, 16, 2004, pp. 87-104.

- Knobloch, S.; Hastall, M.; Zillmann, D. y Callison, C., «Imagery effects on the selective reading of Internet newsmagazines», en *Communication Research*, 30 (1), 2003, pp. 3-29.
- Lippman, W., *Public opinion*. Nueva York: Macmillan, 1922.
- Maher, T. M. (2001). «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, L. M. y Shaw, D. L., «Judging people in the news-unconsciously: effect of camera angle and bodily activity», en *Journal of Broadcasting*, 17 (3), 1973, pp. 353-362.
- McCain, T. A.; Chilberg, J. y Wakshlag, J., «The effect of camera angle on source credibility and attraction», en *Journal of Broadcasting*, 21 (1), 1977, pp. 35-46.
- McLeod, D. M. y Detenber, B. H., «Framing effects of television news coverage of social protest», en *Journal of Communication*, 49 (3), 1999, pp. 3-23.
- McCombs, M. E.; Llamas, J. P.; López-Escobar, E. y Rey, F., «Candidate images in Spanish elections: second-level agenda-setting effects», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74 (4), 1997, pp. 703-717.
- Messaris, P., *Visual literacy. Image, mind and reality*. Boulder, CO: Westview Press, 1994.
- Messaris, P. y Abraham, L., «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. y Riechert, B., «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* [en línea], Madrid: Ministerio del Interior, Delegación del Gobierno para la Extranjería y la Inmigración, 2004. <<http://dgei.mir.es>>.
- Navas, A. y Sánchez, J. J., *Ventana y espejo. Personas en riesgo de exclusión social en los medios de comunicación*, Pamplona: Gobierno de Navarra, 2003.
- Neuendorf, K. A., *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2002.
- Price, V.; Tewksbury, D. y Powers, E., «Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses», en *Communication Research*, 24 (5), 1997, pp. 481-506.
- Reese, S. 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, J. W., «Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects», en *Journal of Communication*, 47 (3), 1997, pp. 26-48.

- RETIS, J., «La imagen del otro: inmigrantes latinoamericanos en la prensa nacional española», [en línea], en *Sphera Pública*, 4, 2004, <<http://www.ucam.edu/sphera/>>.
- SCHEUFELE, D., «Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of political communication», en *Mass Communication and Society*, 3 (2-3), 2000, pp. 297-316.
- TAN, A.; FUJIOKA, Y. y LUCHT, N., «Native American stereotypes, TV portrayals, and personal contact», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74 (2), 1997, pp. 265-284.
- TANKARD, J. 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.
- TEWKSBURY, D.; JONES, J.; PESKE, M. W.; RAYMOND, A. y VIG, W., «The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77 (4), 200, pp. 804-829.
- VAN DIJK, T. A., *Racismo y análisis crítico de los medios*, Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.
- VELÁZQUEZ, T., «La presencia de la inmigración como exclusión social en los programas informativos de las televisiones públicas europeas», en *Quaderns del CAC*, 12, 2002, pp. 43-56.
- WALKMAN, P. y DEVITT, J., «Newspaper photographs and the 1996 presidential election: The question of bias», en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75 (2), 1998, pp. 302-311.

