



Universidad
Internacional
de Andalucía

TÍTULO

**CONSTRUYENDO LA PLURALIDAD. LA REPRESENTACIÓN DE LA
DIVERSIDAD ÉTNICA EN REDES SOCIALES DE MEDIOS ESPAÑOLES**

AUTORA

Lilian Sussett Knight Álvarez

	Esta edición electrónica ha sido realizada en 2025
Director	Dr. Ángel Hernando Gómez
Instituciones	Universidad Internacional de Andalucía; Universidad de Huelva
Curso	<i>Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual (2023/24)</i>
©	Lilian Sussett Knight Álvarez
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2024



Universidad
Internacional
de Andalucía



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



EL PAÍS

Construyendo la pluralidad

La representación de la diversidad étnica en redes sociales de medios españoles



Proyecto de investigación
Trabajo final del máster en Comunicación y Educación Audiovisual

Título: Construyendo la pluralidad. La representación de la diversidad étnica en redes sociales de medios españoles

Autora: Lilian Sussett Knight Álvarez
Director: Dr. Ángel Hernando Gómez

UNIA-UHu
2024

“Nadie nace odiando a otra persona por el color de su piel, su origen o su religión. La gente aprende a odiar. También se les puede enseñar a amar.”

Nelson Mandela

Agradecimientos

A Hitch, que hizo suyo este proyecto de tesis y tecleó, tabuló y analizó casi tanto como yo;

A mi familia, que aun en la distancia me dio ánimos para seguir y dar este paso;

A mis compañeros de máster, por mostrarme realidades nuevas y diferentes, que han sido la mejor enseñanza;

A los amigos, nuevos y viejos, cercanos y lejanos;

A la Universidad Internacional de Andalucía y la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado, por la oportunidad.

Título: Construyendo la pluralidad. La representación de la diversidad étnica en redes sociales de medios españoles.

Resumen: El respeto a la diversidad étnica es una de las constantes en la lucha por los derechos humanos, de ahí que estudiar las representaciones que sobre este tipo de minorías existe sea una prioridad para toda institución con vocación de justicia social. Las redes sociales se han convertido en una de las principales vías de acceso a noticias, en medio de mayor consumo y centro de buena parte de las interacciones sociales, de modo que explorar dichas construcciones en estos espacios podría advertir posibles impactos en imaginarios colectivos. Es por eso que el presente trabajo analiza la representación de la diversidad étnica en los perfiles de Facebook e Instagram de El País durante 2023, siendo este medio el de mayor alcance digital en España y el más leído en español. Para ello, se apoya en la teoría de las representaciones mediáticas, esbozada por Sary Colonge, y en la conjunción del análisis del discurso y framing visual. La aplicación de dichas metodologías develó que en los posts, si bien existe una presencia de diferentes grupos étnicos, el reflejo de sus realidades es limitado, con empleo de un discurso reivindicativo o alarmista que a veces tiene un efecto contrario en los lectores, como muestra el sondeo de los comentarios. Esta investigación puntualiza la necesidad de reconstruir la realidad en profundidad.

Palabras claves: representación mediática, diversidad étnica, análisis de redes sociales, mediaciones, minorías étnicas, inmigrantes, gitanos, análisis de contenido.

Title: Building plurality. The representation of ethnic diversity in social networks of Spanish media.

Abstract: Respect for ethnic diversity is one of the constants in the fight for human rights, which is why studying the representations of these minorities is a priority for every institution with a social justice vocation. Social networks have become one of the main ways to access news, the greatest consumption media and the place of a good part of social interactions, so that exploring this constructions present in these spaces could reveal possible impacts on collectives imaginaries. Therefore, this paper aims to analyze the representation of ethnic diversity in El País' Facebook and Instagram profiles during 2023. This media had the largest digital reach and is the most read in Spanish. For this purpose, it relies on the theory of media representations outlined by Sary Colonge and on the conjunction of discourse analysis and visual framing. The application of these methodologies revealed that in the posts, although there is a presence of different ethnic groups, the reflection of their realities is limited, with the use of a vindictive or alarmist discourse that sometimes has an opposite effect, as it's shown in the survey of the comments. This research points out the need to reconstruct reality profoundly.

Keywords: media representation, ethnic diversity, social network analysis, mediations, ethnic minorities, immigrants, gypsies, content analysis.

Índice

1. Introducción	7
2. Capítulo teórico	11
2.1 Medios, mediaciones y discurso en la prensa	10
2.1.1 La función educativa de los medios	14
2.2 De las representaciones sociales a las mediáticas	16
2.3 Conformación de la diversidad étnica y la multiculturalidad en España	22
2.3.1 Los gitanos españoles	23
2.3.2 Migraciones más recientes	25
2.3.3 Entre minorías nacionales e independentistas	27
2.4 Racismo, xenofobia y discurso de odio	28
2.5 Medios digitales, nuevos formatos y estrategias	30
2.6 Redes sociales. Usos y lenguajes	33
2.6.1 Facebook e Instagram. Tendencias y consumo	34
2.7 La representación de la diversidad étnica en redes sociales	35
3. Metodología	33
3.1 Justificación	33
3.2 Problema	35
3.2.1 Categorías de análisis	35
3.2.2 Unidad de análisis	36
3.2.3 Premisa	36
3.3 Objetivos de investigación	37
3.3.1 Objetivo general	37
3.3.2 Objetivos específicos	37
3.4 Clasificación de la investigación	38
3.5 Población y Muestra	39
3.6 Instrumentos, métodos y técnicas	40
4. Resultados	43
5. Discusión	67
6. Limitaciones	68
7. Conclusiones	71
8. Implicaciones	72
9. Bibliografía	73
10. Anexos	79

1. Introducción

“...esa gente se extiende como la peste, y ya que no somos capaces de controlarlos, hay que exterminarlos”, así rezaba uno de los tantos comentarios publicados en el grupo abierto de Telegram “Manifestaciones canarias contra la inmigración”, reseñado en un artículo de la agencia de prensa EP (Cadenaser, 2023). Las declaraciones se suman a las demostraciones discriminatorias desatadas contra inmigrantes y minorías étnicas que proliferan en entornos físicos y virtuales.

El insulto a un futbolista negro en los estadios, el desconocimiento y humillación a la comunidad gitana con más de 600 años en España o los tuits de un político incitando a la confrontación contra la comunidad musulmana prueban que el discurso de odio contra grupos vulnerables es un grave problema para la integración y el respeto a la diversidad social dentro de la Unión Europea.

“El aumento de este tipo de discurso se ha visto reforzado con la expansión de las redes sociales, donde se ha demostrado que actúan como mecanismo de propagación de delitos contra (esos) colectivos” (Arcila-Calderón et al, 2022, p. 21). La falta de moderación y la relativa impunidad que se percibe en los entornos digitales propicia la legitimación y el aumento de manifestaciones bastante comunes que aún son poco denunciadas.

Por otro lado, tanto los integrantes de estas comunidades como instituciones y asociaciones en pos de la igualdad intentan contrarrestar este tipo de relatos, sin tener mucho peso en los entornos comunicativos. Todo este panorama configura parte de las representaciones que de las diversas etnias se tiene.

Pero, ¿qué hacen los medios –como entes de gran influencia y aparatos educativos generadores de conciencia e interpretaciones de la realidad– para deconstruir estos estereotipos y fomentar, por el contrario, el respeto a la diversidad? ¿Será que su tratamiento refuerza las concepciones discriminatorias al presentar el tema de forma limitada y esquematizada y en muchos casos incurrir en términos racistas y xenófobos?

Los canales de comunicación masiva tienen en general un gran alcance y poder educomunicacional. De alguna forma los medios informativos tradicionales –más analizados en este sentido– han abordado temas como la inmigración, el colectivo gitano, los afrodescendientes, las comunidades islámicas y las autonómicas incurriendo, por lo general, en

simplificaciones o distorsiones que no ofrecen un panorama completo de sus realidades, remarcando desde la alteridad las diferencias culturales (Arévalo-Salinas et al, 2021; Garrido Rodríguez, 2011; Sobrados-León, 2006; Van Dijk, 2006).

Pero hoy son los entornos virtuales los que obtienen mayor atención por parte del público. De hecho, el Digital News Report 2023 refiere que si sumamos el por ciento de usuarios que busca información en sitios digitales (24%) con el que lo busca en redes sociales (50%) obtenemos que el formato online supera con creces el impacto de cualquier otro soporte informativo tradicional, incluso la televisión (56%).

Es por ello que el análisis de los espacios de comunicación virtuales y sus contenidos es hoy una necesidad investigativa que pudiera develar cómo se reconfiguran las interacciones sociales, ahora ajustadas a la inmediatez, la horizontalidad, la universalidad, la cercanía, el anonimato y la viralidad que aportan las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Por este motivo, el presente trabajo se propone evaluar la representación de la diversidad étnica, ya no en la televisión, los diarios o sitios webs, un tanto más estudiados, sino en los perfiles sociodigitales de los medios, específicamente los de Instagram –plataformas preferidas por los jóvenes– y Facebook –red social más empleada y consumida a nivel mundial– del medio El País, el más leído en español y uno de los mayor alcance digital en España.

Para ello se apoya en referentes teóricos que guían la evolución conceptual de las representaciones, desde Serge Moscovici y Manuel Martín Serrano hasta Guillermo Orozco, Teun Van Dijk y Sary Calonge con su propuesta específica para los medios de comunicación.

En este sentido puede mencionarse que los principales estudiosos del tema, entre ellos Berger, Luckmann y Mead, han entendido las representaciones como el coro de interpretaciones de la realidad generado por la interacción social de las personas. A su vez, son los medios de comunicación, como aparatos de gran influencia en la conformación de las concepciones de las audiencias, el mecanismo más eficiente para reforzar las representaciones sociales sobre sujetos, grupos o fenómenos. De este modo, si estos ofrecen una visión parcializada de un hecho puede derivar en una deformación de la identidad de los grupos, en una representación social sesgada y por ende en una distorsión de las expectativas sociales.

Cabe señalar que los medios también son influenciados por la realidad social, y esa bidireccionalidad ajusta la perspectiva común sobre los sucesos y los significados.

La presente investigación igualmente se apoya en estudios de entidades como el Consejo para la Eliminación de la Discriminación Racial o Étnica, en informes del Ministerio del Interior y el de la Federación S.O.S. Racismo sobre la discriminación por raza en el Estado Español para entender la situación de los inmigrantes y grupos racializados.

Una de las novedades del presente estudio es el análisis de las redes sociodigitales como espacio más susceptible a la horizontalidad y el poder de las audiencias, de ahí que se analice parte de la estrategia discursiva de los medios para imponer sus contenidos en este contexto.

Sobre el comportamiento en las redes sociales, en especial de Facebook e Instagram, el trabajo emplea fuentes como los observatorios de medios, Statista.com y el Digital News Report 2023 del Reuters Institute, la Universidad de Oxford y la de Navarra en el capítulo español.

Este último informe, permitió identificar a El País como el medio de mayor alcance digital en España durante el 2023, de ahí que se seleccionaran sus publicaciones en el año 2023 para la presente investigación. De este diario también puede decirse que es el de mayor difusión en el país y el segundo con más seguidores en Facebook (6,8 millones) e Instagram (1.8 millones), solo superado por el sitio deportivo Marca.

Es un medio que se reconoce afiliado a la postura social-democrática, de ahí su constante pronunciamiento en temas sociales, pero que no escapa de mecanismos publicitarios para atraer vistas, lecturas, y con ello ingresos.

Su corte generalista permite analizar la presencia de la diversidad étnica en sus trabajos, así como las reacciones que pueden generar en lectores de posturas polarizadas –como se percibe en la sección de los comentarios de los perfiles en redes de El País–, lo cual posibilita la detección de opiniones representativas del complejo escenario que se vive en España ante el fenómeno.

De este modo la presente investigación se propone indagar **cómo se representa la diversidad étnica en los contenidos de los perfiles de Facebook e Instagram de El País durante 2023**, y por ello su **objetivo general** es analizar la representación de la diversidad étnica en ambos perfiles mediáticos durante el período mencionado.

Para ello se seleccionó una **muestra intencionada no probabilística** de 69 publicaciones relacionadas con los inmigrantes y las diferentes etnias y grupos racializados como gitanos, africanos y sus descendientes, árabes, latinos, minorías nacionales en el ámbito español, obtenida empleando los filtros de búsqueda de las dos redes sociales.

Mediante el análisis de contenido se evalúa el discurso (textual, gráfico y audiovisual) mediático asociado al fenómeno migratorio y a las minorías racializadas, en tanto la encuesta a profesionales del medio advierte posibles mediaciones en la conformación del discurso. La recepción de los contenidos por parte del público (en forma de comentarios e interacciones en la red) es evaluada mediante sondeo de opinión, realizado de forma manual y apoyado en aplicaciones de inteligencia artificial al mismo tiempo.

Como resultado, se obtuvo que el medio mantiene una presencia del tema, pero esta solo responde a la ocurrencia de un hecho externo como las ofensas a Vinicius Jr durante un partido de fútbol, el arribo masivo de migrantes ilegales, la detección de redes de explotación laboral o trata de personas o la ocurrencia de actos terroristas. El tratamiento es por lo general superficial e informativo, sin indagar en causas y consecuencias.

Los sujetos racializados son presentados, por lo general, mediante entrevistas, preferiblemente de manera positiva, en aras de reivindicar sus comunidades y contar su experiencia de discriminación.

La representación de la diversidad étnica no es uniforme y como mínimo se pueden distinguir once grupos y tópicos presentados de forma expositiva o valorativa, aunque unos cinco titulares o resúmenes emplean el sensacionalismo, el alarmismo o construcciones abiertamente beligerantes. En estos últimos casos, los autores apelaron o resaltaron partes de las entrevistas o textos que no necesariamente tenían un gran peso dentro del relato pero que evidentemente

generan debate entre los lectores o posicionan temas de la agenda editorial, como es el caso del racismo.

En la construcción discursiva que sobre la representación mediática de la diversidad étnica se hace en las redes de El País influyen factores al interior del medio –incluyendo lo relativo a la cultura, características e ideología de sus integrantes– y otros que van más allá de este, como son los sucesos de actualidad y los posicionamientos institucionales. Según la encuesta realizada en el acercamiento a estos temas tienen mayor peso las mediaciones internas.

Si bien el número de personas que participan en las noticias en redes es considerable, pocos dan muestra de haber leído el trabajo de modo integral y, por el contrario, suelen malinterpretar los contenidos. La polarización en los comentarios, la presencia de discurso de odio hacia ciertos colectivos como los gitanos o musulmanes, la presentación de un umbral de tolerancia como justificación económica para oponerse a la migración, las percepciones de supremacía racial o cultural también están presentes y contrastan con las opiniones conciliadoras, que apelan a la integración y el respeto.

El hecho de que no se moderen los comentarios o se esclarezcan las malas interpretaciones, hace que el medio pierda una posibilidad de intercambio valiosa y minimiza el posible impacto orientador de los escritos.

Una construcción integral y en profundidad de la temática por parte de los medios pudiera conllevar a la incorporación del respeto a las diferencias como norma de convivencia e incluso generar propuestas al conflicto migratorio desde la inclusión y la defensa de los derechos humanos.

Las nuevas generaciones que se forman ideológicamente, más en los entornos virtuales, no verán al racismo como una conducta socialmente aceptable y quizás se minimice el relato desde la alteridad, para dar paso a las narrativas y los comportamientos desde y para la inclusión.

2. Capítulo teórico.

2.1 Medios, mediaciones y discurso en la prensa

Los medios de comunicación, como asegurara Guillermo Orozco (1997), poseen una triple dimensión, al ser al mismo tiempo tecnologías, medios e instituciones; esto significa que ellos influyen en la cultura –entendida como el conjunto de manifestaciones e interacciones sociales– y, a su vez, la cultura influye en ellos.

Mediante el discurso, los medios (re)producen lógicas humanas: desde la lucha por el poder y la legitimidad, la generación de conocimientos e información, hasta la representación de la realidad.

Charles Wright (1959) definía al menos cuatro tipos de actividades comunicativas de los *mass media*: vigilancia del ambiente, interpretación de los acontecimientos, transmisión cultural y entretenimiento. Otros teóricos funcionalistas (Lasswell, 1948; Merton y Lazarsfeld, 1977) añadieron, además, el papel informativo, el instrumental –de cara a las actividades comerciales y cotidianas–, el de transmisión de la herencia, el conferidor de status o prestigio, el reafirmador de normas sociales, así como disfunciones relativas a la desinformación, la apatía o el pánico.

Maxwell McCombs (2006, p. 77) agregaba: “Tradicionalmente la teoría de la Agenda-Setting ha sido estudiada en términos de la función de vigilancia: la gente se entera sobre lo que está ocurriendo en el mundo a través de los medios de comunicación. Se informa a través de ellos. Sin embargo, los nuevos avances en la teoría hablan sobre su relación con la función de consenso. Esto significa que los medios ayudan a la sociedad a llegar a acuerdos porque hacen que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas”. A este papel se le suma, en cierta medida, la función movilizadora y organizadora que pueden tener los medios ante un evento, iniciativa o causa.

Algunos estudios sobre la prensa propiamente, añaden designios más específicos, relativos al control y fiscalización de las instituciones y el gobierno y a la manifestación de las libertades de expresión e información y de la participación ciudadana, ejercicios muy variables según el tipo de sociedad y el acceso a la información que esta permita.

Lo que sí es cierto es que, con la expansión de Internet a nivel global, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) emergieron como aquello que había predicho Castells a finales del siglo XX, uno de los principales nodos de la sociedad informacional, en la que “la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder” (1999, p.47).

De ahí que los medios de comunicación ostenten una notable influencia en las audiencias, en la conformación de sus concepciones, expresiones y comportamientos; y al mismo tiempo, sean permeados por mediaciones (internas y externas) que configuran sus lógicas de producción, las ideologías y competencias de sus profesionales, rutinas productivas, su capacidad de interpelar al público y competitividad tecnológica (Martín-Serrano, 1993).

Dichas condicionantes, que implican factores culturales, políticos, económicos, estructurales a nivel individual, organizacional o institucional, pueden favorecer o limitar el proceso comunicativo. Actúan, no solo sobre los medios, sino también sobre el producto mediático y la recepción de los mensajes, dando forma a la construcción y decodificación del discurso, en un escenario de confrontación entre fuerzas y grupos de poder.

Por este motivo, en cualquier estudio que sobre la producción de los medios de prensa se haga es indispensable el análisis de las mediaciones para comprender qué se esconde detrás de la conformación de la agenda, las representaciones de la realidad y de los sujetos que hacen estas instituciones comunicativas, e incluso aquellos elementos que pudieran incidir en la aceptación o no de sus propuestas.

Si bien son muchos los ámbitos donde se manifiestan estos agentes reguladores, cabe destacar como condicionantes, el sistema y poder políticos, las formas de propiedad y control de los medios, la dependencia o no respecto a fuentes informativas y otras instituciones, el sistema económico, el mercado, el modo de distribución de ingresos y el marco jurídico de la prensa y de la sociedad en general.

Asimismo resaltan, al interior de los medios, la organización y las rutinas productivas, los recursos de que dispongan, la cultura e ideologías profesionales, las creencias y valores personales de sus integrantes...

En tanto, desde el punto de vista de la recepción sobresalen las condicionantes interculturales, sobre todo cuando los contenidos comunicativos se diseñan por un grupo de personas con características, realidades o condiciones socioeconómicas y culturales totalmente diferentes a las del segmento representado –como pueden ser los migrantes o grupos racializados–. En estos casos, el discurso adquiere un carácter eminentemente etnográfico, donde no siempre se comparten los supuestos del proceso comunicativo.

Los medios de prensa –como el resto de las empresas de la comunicación– son transmisores de ideología, cuyas agendas se concretan en discursos que responden a intereses económicos o a los grupos de dominación. Por ello, el análisis del discurso ostenta gran importancia para profundizar en cómo se elaboran las estrategias discursivas de las que se valen para incidir en la opinión pública.

Pero, ¿qué entendemos como discurso en el ámbito comunicativo? Teun Van Dijk en su artículo "Semantic discourse analysis" (1985, p. 108) explica que "no es sólo un conjunto de oraciones sino una secuencia ordenada, con restricciones convencionales sobre los posibles ordenamientos para que tenga significado y represente ciertas estructuras de hechos... la secuencia de proposiciones que subyace a un discurso aceptable debe satisfacer varias condiciones de lo que se llama coherencia" ("A discourse is not just a set of sentences but an ordered sequence, with conventional constraints on the possible orderings if it is to be meaningful and if it is to represent certain fact structures...the proposition sequence underlying an acceptable discourse must satisfy various conditions of what is called coherence .").

Esto implica que es tanto una forma de uso del lenguaje, como de interacción social, que describe un escenario específico, se ubica en un determinado contexto y tiene participantes que desempeñan distintos roles en los procesos de interiorización y exteriorización, en la construcción del mundo y de sí mismos.

El discurso periodístico, por su parte, es la construcción social generada por la actividad productiva de los medios de prensa (Rodrigo-Alsina, 1993), consta de tres etapas: la producción, la circulación y el consumo, ahora más enlazadas en tiempo y espacio por la digitalización. Por lo general, transmite información, opiniones e interpretaciones de la realidad para conformar una representación de los hechos nunca totalmente objetiva, la cual es asumida como adecuada y verosímil por al menos una parte de los receptores.

Justamente, la credibilidad de los medios de prensa y la de aquellos intereses que representan depende de que se acepten como reales los sucesos que construye. Dicha verosimilitud, a su vez, obedece a la propuesta ideológica, el uso de fuentes y datos, del lenguaje, género, temáticas, estilo léxico, figuras retóricas y gramática empleados, de la organización general, coherencia local y global y otras estructuras y estrategias propias de este tipo de discurso.

Similar a otras estructuras lingüísticas, los textos periodísticos realizan una selección, exclusión y jerarquización de datos y fuentes para conformar sus relatos, en los que, como se ha explicado, intervienen subjetividades dependientes del contexto, de los modelos cognitivos del emisor, del receptor y de sus capacidades para interpretar los acontecimientos.

En el Periodismo, destacan por guiar las construcciones discursivas la singularidad y la actualidad, esta última entendida no solo como el suceso novedoso sino también como aquellos que acaparan la atención del público al describir procesos cotidianos que influyen en las tendencias económico-sociales (De Fontcuberta, 1993).

De este modo, el discurso periodístico estructura el resto de las manifestaciones comunicativas institucionales y sociales. Su serialidad y acumulación de textos condicionan y coexisten con otras producciones comunicativas. Cuando se analiza el resultado de la práctica periodística, deben considerarse estas otras praxis discursivas, precisamente porque la prensa ostenta una cualidad armónica e interdiscursiva, una capacidad de absorber, articular o desechar otros lenguajes sociales, actuales y públicos, en aras de construir, reportar y evaluar la realidad.

2.1.1 La función educativa de los medios

Al ser centro y escenario de interacciones humanas, los medios de comunicación y especialmente la prensa (que desde hace tiempo va más allá de los formatos tradicionales para

ocupar entornos digitales y redes sociales) constituyen “un elemento clave en la influencia, modificación de hábitos y comportamiento del ciudadano, de ahí que sea un importante agente educador, desde un doble criterio: por un lado, como instrumento de socialización..., y por otro, como agente manipulador que conduce al individuo hacia los planteamientos e intereses de grupos mediáticos, gobiernos y organizaciones. El mensaje periodístico presenta un doble carácter: manipulador y agente educador en la era digital” (Begoña Gómez Nieto, 2017, p. 45).

Dicha función educativa se ha ampliado con los avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones: existen, cada vez más, espacios educativos informales en la televisión, la radio, la prensa escrita y digital, sitios web, aplicaciones; y espacios formales escolares que se apoyan en las TIC para la trasmisión, consolidación y evaluación del conocimiento.

Al mismo tiempo, el periodismo, como sugiriera Darío Klein (2001), puede servir para la ilustración de la sociedad, al difundir conocimientos, estar expuesto de manera continua en las calles o llegar a las casas a través de la televisión o la radio; es, además, más barato que un libro. Puede servir como referente para los comportamientos sociales e incluso contribuir a perpetuar el orden social establecido.

Pero ¿qué poder que tiene la prensa para educar o convencer a los ciudadanos hoy, en un mundo plagado de contenidos digitales de diversas índoles y fuentes, donde el consumo se inclina cada vez más hacia las redes sociales y sitios webs de emisores no especializados?

Datos de consumo diario de medios tradicionales versus digitales, presentado en “The global media landscape”, elaborado por Global Web Index (GWI, 2023) al encuestar y analizar los hábitos de usuarios de Internet con edades comprendidas entre los 16 y 64 años, refieren que son las redes sociales el espacio de mayor estancia y uso, seguido de la televisión lineal, la TV online y la prensa digital. El mismo estudio muestra que en 2022 el 58 por ciento de los usuarios consumió noticias mediante las redes sociales y sitios web, pero que son las primeras el canal dominante para la obtención información.

Este hecho fue ratificado por el Reuters Institute Digital News Report 2023 (Newman et al, 2024), el cual además declara que, salvo en X (antes Twitter) y en Facebook, cuando se trata de noticias, en el resto de las redes sociales los usuarios prestan más atención a influencer y celebridades que a los periodistas. Por demás, en números generales, la credibilidad y el interés en la prensa decrece.

En este contexto, el periodismo se ha visto obligado a adaptarse, ahora necesitado de mayor multimedialidad, hipertextualidad, interactividad e inmediatez, características que distinguen a los entornos virtuales; ha debido iniciar caminos de convergencia en el mundo de la digitalización, donde lo audiovisual cobra muchísimo peso.

Pero entonces, ¿qué ventaja le queda a la prensa de hoy en la misión de educar? “Tradicionalmente la componente diferenciadora del periodista respecto al resto de profesionales implicados en la comunicación ha sido su responsabilidad social. Esta responsabilidad se basa en la libertad de información formulada en las democracias liberales, la independencia del informador y el derecho de la ciudadanía a recibir informaciones plurales y veraces, orientadora y educadora” (Gil, 1999).

La ventaja de los medios de prensa es que tienen congregada la información, y que, por lo general, quien la transmite tiene formación suficiente para hacerlo, lo cual no suele suceder en otros espacios comunicativos informales. Además, dichos profesionales están compelidos desde los códigos éticos y los objetivos declarados a ofrecer una visión coherente sobre hechos noticiables y a tener, en cierta medida, corresponsabilidad en la formación de sus lectores-ciudadanos.

Sin embargo, la prensa no escapa de las fake news y de la postverdad –razones que probablemente hayan mellado su credibilidad– y hoy, como dijera Begoña Gómez Nieto (2017), cobra mayor importancia el modo en que se construye y se transmite el fenómeno que el propio hecho. De modo que todo análisis que de los medios de comunicación se haga implica una revisión obligatoria de los intereses detrás de lo difundido, una valoración e interpretación de lo publicado que permita al público construirse un criterio sobre la credibilidad del medio y sus fuentes, de las opiniones expuestas y del suceso abordado.

Para aprender a utilizar y a entender los medios es imprescindible una formación conjunta entre familia, escuela y los propios medios de comunicación, que deben ser conscientes de la repercusión que tienen en la educación, y por ende prestar atención e incidir en ella aunque no sea su objetivo principal.

2.2 De las representaciones sociales a las mediáticas

¿Qué es la realidad si no la interpretación semiconsensuada de los hechos, fenómenos y procesos; la reconstrucción mental de estos en el imaginario colectivo? Los sociólogos Peter Berger y Thomas Luckmann (2003) en su libro “La construcción social de la realidad”, publicado por primera vez en 1966, ven la vida cotidiana justamente como la realidad interpretada por los hombres, cuyos significados asignados la dotan de coherencia.

Más adelante en este propio texto explican que es este proceso el que permite una acumulación de conocimiento empírico, el cual presenta una gradualidad según el acercamiento o no a las diferentes situaciones y contextos. Así, una mayor familiaridad “proporciona datos complejos y detallados con respecto a los sectores de vida cotidiana con los que debo tratar frecuentemente, y datos mucho más generales e imprecisos con respecto a sectores más alejados. De esa manera, mi conocimiento sobre mi propia ocupación y su mundo es muy abundante y específico, mientras que del mundo ocupacional de los otros tengo apenas un conocimiento muy esquemático” (2003, p. 60).

Dicho acopio permite a los seres humanos identificar y responder ante sujetos, hechos y experiencias sociales y naturales esenciales para las rutinas cotidianas. Es justamente esta continua interpretación e interacción la que conforma el orden social.

A su vez, esa interpretación se concreta con el proceso comunicativo, manteniendo, corrigiendo y rehaciendo las concepciones que los individuos tienen de su realidad subjetiva, las cuales poco a poco se van dando por establecidas, no mediante la fuerza, sino a través de la reiteración y la propagación de las mismas en detrimento de otras.

De hecho, algunos teóricos afirman que es el proceso comunicativo el que consume al ser humano como ente social, y este, a su vez, solo es posible si se logran asimilar mentalmente

un conjunto de representaciones compartidas que se incluyen como contenidos de interés común durante la comunicación (Mead, 1972).

Así emerge el concepto de representaciones sociales, cuya definición más aceptada fue expuesta por Serge Moscovici, quien las concibió como “un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres vuelven la realidad física y social inteligible, se insertan en un grupo o dentro de una relación cotidiana de intercambios y liberan los poderes de su imaginación..., ayudan a afirmar certezas sobre el funcionamiento de las cosas..., (fijan) junto con los semejantes en el grupo social un denominador de entendimiento común, de modo que sirven para adquirir conocimientos y comunicarlos”(1979, pp. 27-28).

Para la apropiación de dichas representaciones suelen darse dos procesos: el de exteriorización, a través del cual el o los sujetos traspasan sus concepciones a otros; y el de interiorización, mediante el cual un grupo de individuos se apropia de las ideas planteadas. De este modo, las representaciones sociales, como manifestaciones de la interacción social, se integran o modifican a los pensamientos y conductas individuales. Para implementar sus normas, la sociedad forja relaciones entre sus miembros.

Moscovici (1979) entendía que las representaciones transcurrían por las fases de objetivación, en la que la imagen y el significado se enlazan, en la que el símbolo se naturaliza y se clasifica; y la de anclaje, con el cual se suma al proceso cognitivo los resultados de la etapa anterior. Los individuos logran conformar su discurso social, su forma de entender la realidad, una vez se concretan ambos procesos (del Río Pereda, 1996).

“Las representaciones sociales se presentan así como una serie de contenidos simbólicos investidos de cierto grado de racionalidad. Ellas nos dan idea de nuestro mundo y se imbrican de tal manera en nuestra conciencia y en nuestro discurso que llegan a confundirse con un modo de pensamiento más elevado, de tipo analítico o científico. He allí justamente su particularidad: por medio de ellas llegamos incluso a persuadirnos de que sabemos y dominamos algo, aun cuando el conocimiento que las representaciones sociales nos procuren sea tosco, inacabado o a grandes rasgos” (Tablante, 2005, p. 135).

Para los efectos de este estudio también es importante diferenciar entre algunos conceptos relacionados que se pueden confundir con el de representación social. En este caso están:

-La ideología, como un código interpretativo que permite a los sujetos emitir juicios, percepciones, actitudes, sobre objetos específicos, pero sin que el propio código esté anclado en un objeto particular, sino que atraviesa todos los objetos, además de que no es atribuible a un agente particular. La ideología interviene en la génesis de las representaciones sociales y a la vez, estas pueden modificar los elementos ideológicos que han contribuido a su propia formación (Araya-Umaña, 2002).

-Los estereotipos, que son características generalmente rígidas –a diferencia de las representaciones– que se atribuyen a un grupo o género sin que exista una fundamentación inequívoca. Su función es la rápida categorización social.

-La imagen, entendida por Moscovici (1979) como un reflejo del mundo exterior en la mente, es una reproducción mental pasiva de un objeto exterior y se relaciona básicamente con los mecanismos perceptivos.

-La actitud es la reacción a un estímulo y orientan la respuesta ante este; es generalmente prefigurada por la forma en que se construye mentalmente ese objeto.

-La opinión, mediante la cual los individuos se posicionan, con la emisión de juicios y valores, frente a objetos y problemas sociales de interés para el grupo.

-La percepción, por su parte, es el punto medio entre el estímulo exterior y el concepto asignado (Mora, 2002). El mecanismo para dar respuestas sociales y procesar la información.

-Las creencias son convicciones, conscientes o inconscientes, inferidas de lo que las personas dicen o hacen, capaces de describir, evaluar, propugnar cuestiones sociales.

Cada uno de estos conceptos está incluido en el corpus simbólico y cognoscitivo que las representaciones sociales recubren sobre determinado objeto de la realidad social.

Uno de los mecanismos más eficientes para exteriorizar y reforzar las representaciones sociales es el discurso generado en los medios de comunicación. En este contexto las representaciones se vuelven referentes mediante los cuales los sujetos entienden su sociedad, la ajustan y debaten sobre ella. De este modo los medios ayudan a conformar una perspectiva común, una descripción o significado de los sujetos o fenómenos con la que todos pueden coincidir (Calonge, 2001).

Así, la representación social pasa a ser también representación mediática, en la cual se articulan, según Adoni y Mane (1984), la realidad social objetiva, entendida como el mundo que existe fuera del individuo en el que se desarrollan los actos de existencia y la cotidianidad; la realidad social simbólica, donde se ubican las formas de expresión de la primera; y la realidad social subjetiva, en la cual se unen las anteriores.

Para Moscovici existen tres sistemas de comunicación de los medios que impactan en las representaciones sociales: el de difusión (funciones instrumental y consumatoria), que emite contenidos aleatorios y efímeros de interés social, el de propagación para hacer válida una concepción para los demás del grupo y el de propaganda (función reguladora y organizadora), cuya motivación es eminentemente política para consumir una identidad y dotar a un grupo de una ideología que lo impulse a entender el mundo desde la dicotomía, la exclusión y los estereotipos.

La teoría de las representaciones mediáticas, esbozada por Sary Calonge Cole a partir de la de Moscovici, explica el modo en que los medios comunican los hechos y fenómenos de interés social que se incorporan a la memoria colectiva, la manera en que transmiten ciertos contenidos de interés social y estos se incorporan al discurso.

De este modo, si por ejemplo, el discurso y la atención de los medios reflejan una imagen parcializada de un grupo social y no dan voz a los representantes de dicho grupo, los invisibilizan, ofreciendo una representación social sesgada y restando estatus (función tradicional de los medios). Esto hace que las audiencias asuman como general y real una

realidad soslayada y que por ende esperen la misma realidad en cualquier circunstancia, lo cual deforma la identidad de los grupos o la ajusta en función de las expectativas sociales.

De la teoría de Calonge podemos deducir que si bien las representaciones sociales son un material simbólico más informal, espontáneo e intangible –independientemente de los intentos de la sociedad por inscribir y preservar esta suerte de memoria colectiva–, las representaciones mediáticas tienen un soporte técnico evidente y la transmisión de la realidad que construye es intencionalmente concebida, con un punto de vista puntual. Si estas son la principal mediación o vehículo para que los grupos entiendan y conozcan la realidad de otros, entonces estas prácticamente marcarán las representaciones sociales. Las imágenes e ideas que ofrecen las representaciones mediáticas pueden reforzar o transformar nuestras creencias y el conocimiento empírico de la realidad exterior.

La descripción de la autora, además, distingue como componentes de las representaciones en los medios a la dimensión cognitiva, integrada por rasgos generales y específicos y formas del conocimiento social y mediático y la dimensión pragmática, compuesta por el discurso de los medios de comunicación, el espacio, el papel y las condiciones de producción de la representación mediática.

Fig1. Características de la Representación mediática ofrecidas por Sary Calonge Cole (1999), en su artículo “La representación mediática de la escuela básica en Venezuela”.

Dimensión cognitiva
<p>Rasgos generales de la representación mediática</p> <ul style="list-style-type: none"> -procesos formadores: objetivación y anclaje: con el primero se otorga a un significado su imagen y con el segundo se incorporan ambos componentes enlazados al proceso cognitivo -esquemmatización del discurso: simplificación en la mente de la audiencia de los aspectos del mundo mostrado por los medios
<p>Rasgo específicos de la representación mediática</p> <ul style="list-style-type: none"> -focalización de los contenidos: selección y visibilización consciente de unos tópicos en detrimento de otros -cognición polifacética: multiplicidad de contenidos, fuentes, formatos y tópicos
<p>Formas del conocimiento social y mediático</p> <ul style="list-style-type: none"> -valores, creencias e ideologías: sistema de juicios y de evaluaciones que comparte un conjunto social -nexos: “nudos afectivos pre-lógicos comunes a un gran número de individuos en una sociedad particular” (Rouquette, 1994, p. 43) -categorización social: distinción entre grupos sociales -atribución causal: los individuos buscan las motivos de su situación

y en base a estos desarrollan su comportamiento y pensamiento, cobrando conciencia de la situación y el comportamiento de aquellos que no pertenecen a su grupo
Dimensión pragmática
Discurso de los medios de comunicación social: construcción semántica simbólica que esboza los objetivos y la aproximación de los medios a la realidad social tratada
Espacio de la representación mediática: “ámbito masivo donde se insertan y circulan los mensajes de los medios” (Tablante, 2005, p.158)
Papel de la representación mediática: funcionan como referente de una realidad que permite a los individuos aproximarse a una realidad y enjuiciarla
Condiciones de producción de la representación mediática: se incluyen las mediaciones descritas en epígrafes anteriores, las cuales interfieren en el “contrato de lectura”, un término descrito por Eliseo Verón (1985), rescatado por Calonge

Paralelo a los estudios desde la sociología de la cultura, el ámbito de la comunicación ha desarrollado una teoría que roza los postulados de la representación mediática. Se trata de la teoría del *framing* o el encuadre, que explica el proceso de selección y decantación de los aspectos de la realidad realizado por los medios, el cual ofrece mayor relevancia a unos temas o características por encima de otros y resignifica sucesos o figuras, afectando la concepción que el público tiene sobre los mismos.

Sería en esencia el estudio de la metodología o el conjunto de herramientas para hacer los textos periodísticos más noticiables, entendibles y apropiables, permitiendo pactar la definición, interpretación, evaluación moral y el tratamiento de un asunto descrito (Entman, 1993).

Muchos teóricos han planteado que esta aproximación pudiera constituir un segundo nivel de la Teoría de la Agenda Setting, en tanto otros defienden su existencia individual apelando a su enfoque en los efectos de la asignación de atributos.

En el prefacio de la edición de 2008 del libro *Framing Public Life*, William A. Gamson expresa que si bien estos postulados abordan el proceso de producción, que incluyen las relaciones con las fuentes, “muchos de los análisis comienzan con las características del texto para ir a los efectos en la audiencia. La operativa del poder en la producción (de los medios) no es examinada directamente”. (Many of the analyses begin with the characteristics of texts and move to their effects on the audience. The operation of power in their production is not examined directly (2008, p. ix).

Sin embargo, la evolución de este campo ha propiciado la aparición de modelos de análisis de encuadres visuales en los medios, muy oportuno para esta investigación de cara al estudio de

la representación fotográfica, infográfica, ilustrativa y audiovisual, de gran peso en las redes sociales. Estas guías, que analizan las imágenes en los niveles denotativo (elementos que se ven en la imagen), estilístico (encuadre, iluminación, ángulo...), connotativo (conceptos transmitidos) y de imágenes (representaciones ideológicas), ayudan a determinar qué elementos compositivos generan reacciones emocionales espontáneas, inmediatas y más fuertes en los consumidores.

De este modo, el análisis del discurso (textual y visual) presente en el sistema de comunicación muestra las interpretaciones colectivas de las instituciones, acciones y fenómenos del entorno social y en general las visiones del mundo de un grupo de sujetos.

Si bien este discurso mantiene un carácter hegemónico, la convergencia a la cual se han visto obligados los medios ante el despunte de los entornos virtuales –y las redes sociales en particular– ha gestado otras dinámicas comunicativas globales que suponen “una relación tensa de proximidad y diferencia, de cercanía y distanciamiento (con la audiencia), dado que los principios comunicativos que rigen esos nuevos recursos, en correspondencia con los de las TIC, apuntan a cualidades opuestas a las tradicionales características de los medios de comunicación, los cuales, no obstante, se ven obligados a adoptarlos en su emigración” a los espacios digitales (Bacallao-Pino, 2010, p. 116).

Además de una mayor horizontalidad, el tránsito a la multimedialidad y la pérdida del control absoluto sobre la información y la reconstrucción de los hechos, la incursión de la prensa en la virtualidad implica también la incorporación a un modelo de negocio que se distingue por una constante búsqueda del incremento de la afiliación voluntaria de un sinnúmero de posibles usuarios (a nivel local o global), su participación y aportación colaborativa, de oportunidades de monetización de algunos canales y por la difusión de publicidad.

Es por ello que el análisis de las representaciones mediáticas en las redes sociales de los medios de prensa resulta relevante para develar como estas dinámicas reconfiguran las construcciones sociales de los grupos o minorías menos visibilizados o con menos poder en el coro de representaciones.

2.3 Conformación de la diversidad étnica y la multiculturalidad en España

Se puede entender la diversidad étnica como la confluencia de distintos grupos humanos, que se diferencian entre sí por sus prácticas culturales, su origen, su lengua o su color de la piel. Si bien este término ha sido asociado al de multiculturalidad –entendido este último como el conjunto de relaciones dinámicas y la mutua influencia que ejercen las diferentes manifestaciones culturales y que tienen lugar en una sociedad sincrética y enriquecida, donde ninguna cultura está situada jerárquicamente por encima de otra (Martínez-Salanova, 2005)–, debe señalarse que la pluriétnicidad responde a la presencia de minorías que se reconocen en su diferencia con un exogrupo y a su vez son reconocidas como tal.

La conformación de esta propiedad en los diferentes países responde a procesos migratorios, de intercambio comercial o a la interiorización de nuevas concepciones religiosas u otros hábitos sociales como resultado de fenómenos comunicativos, los cuales provocan la aparición

de colectivos que mantienen y conservan las tradiciones que los hacen distintivos, pese a existir cierta apropiación y adaptación a las dinámicas generales.

Existe, como expresara la doctora María Jesús Lago Ávila (2000), un sentido de pertenencia al grupo, un estilo de vida diferente que recibe las aportaciones culturales que les llegan del entorno, las transforman y las adaptan a su realidad. Esta autoidentificación los lleva a estar física o socialmente aislados, dando paso a la conformación de barriadas específicas en las que se comparte un modo de vida y un sistema de valores similares entre sí pero que dista del de la sociedad general.

Este hecho, en ocasiones, es motivo de discriminación hacia ese segmento poblacional, que puede sufrir vulneración de derechos, marginación, falta de participación, de acceso a servicios básicos y discriminación por parte del “dominio de una elite etnoracial en un plano de desigualdad y estratificación de clase y género” (Martínez-Salanova, 2005, p. 48). La vivienda, por ejemplo, puede ser un problema para las minorías étnicas, quienes sufren el hacinamiento en barrios degradados de las ciudades o en zonas no diseñadas para la habitabilidad.

2.3.1 Los gitanos españoles

La minoría étnica de mayor representación en España es la gitana. Pese a sus aportes a la cultura flamenca y su presencia en tierras ibéricas desde antes de la conformación del Estado Español, algunos estudios e informes demuestran que aún es uno de los sectores más discriminados, marginados y vulnerables del país, en tanto el antigitanismo sigue estando muy arraigado en las actitudes sociales y prácticas institucionales (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2020; Damonti y Arza, 2014).

El autor del libro *Historia del pueblo gitano en España*, David Martín Sánchez, aclara que tanto las pruebas lingüísticas como genéticas ubican el origen del pueblo gitano en La India. Sus continuos movimientos los esparcieron por Persia, Armenia y Asia menor, pero su consolidación se dio fundamentalmente en el centro de Europa.

A España, al decir de múltiples investigaciones, llegaron en diferentes oleadas durante el siglo XIV, provenientes de Europa central o Grecia. Dotados de salvoconductos de monarcas y nobles se presentaban como emigrados políticos, religiosos, penitentes o peregrinos, de modo que, inicialmente, no fueron vistos de forma peyorativa (Martín-Sánchez, 2022).

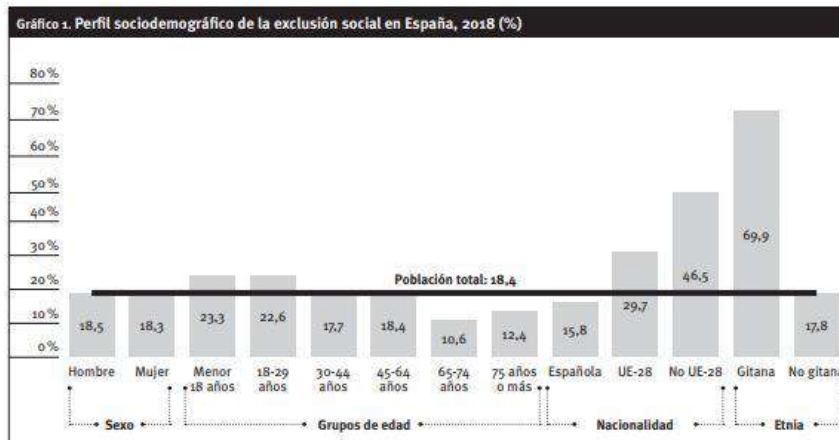
Pero, poco a poco, como aclara la investigación del citado autor en opción al grado en Historia, *Los orígenes del odio hacia el pueblo romaní (gitano)*, su carácter nómada en contraposición con el sedentarismo impuesto en el recién consolidado estado, la flexibilidad y amplitud de sus prácticas religiosas, así como la preferencia por la trasmisión oral de su cultura, que dejó en manos de otros el asentamiento testimonial de sus prácticas culturales, generó múltiples estereotipos que han trascendido épocas.

“El término romaníes (o gitanos) comenzó a ser utilizado para describir a personas que no lo eran y no pertenecían a dicho grupo social, por el simple hecho de llevar un estilo de vida errante... Sobre el pueblo romaní se proyectaba (y aún se hace) el analfabetismo, la delincuencia, la holgazanería, la maldad, la suciedad y demás aspectos negativos” (Gabarre, 2023, pp. 16-17)

Desde entonces, este grupo sufrió la exclusión, la persecución, la encarcelación, la “depuración” forzada o la limitación de derechos y no fue hasta la Constitución Española de 1978 que gozaron de los mismos derechos y deberes que el resto de los ciudadanos españoles. Sin embargo, la pobreza económica de la etnia, cuyos miembros hoy superan el medio millón de personas (Gutiérrez-Sánchez et al, 2020), es persistente, produciéndose la transmisión intergeneracional de la misma y por ende la reiteración de esquemas de supervivencia. Ello, sumado a los estereotipos que perviven, influye en que se repliquen discursos de odio hacia ese segmento.

La investigadora Maritza Sobrados León (2006) explicaba que los gitanos sufren desigualdad y exclusión social sobre todo porque su estilo de vida dista de los modos centralmente establecidos para el acceso al trabajo o la formación profesional, porque persisten prejuicios y estereotipos sobre su disposición para el trabajo y por las diferencias culturales

Figura 2. Niveles de riesgo de exclusión social según diferentes variables (Hernández et al, 2019, p. 7)



2.3.2 Migraciones más recientes

A partir de los años 80 del pasado siglo, inició en Europa un proceso de inmigración por motivos económicos, de personas provenientes de África, América Latina y Central, Asia y Europa del Este. Atraídos por el auge económico de España en aquel entonces, llegaron huyendo de conflictos políticos y sociales o buscando mejor remuneración laboral, dando paso a nuevos grupos étnicos.

Si bien en un primer momento la mayor parte de los migrantes tiene un alto grado de cualificación, poco a poco las ocupaciones delegadas a los extranjeros van a ser los empleos que los españoles ya no están dispuestos a desempeñar (Diez-Aguado, 2015). Igualmente, los flujos individuales fueron mutando a movimientos en familia o procesos de reunificación familiar.

De este modo, lo que inicialmente fue bien recibido por la población destino, pasó a verse como una carga social y una competencia en la búsqueda de oportunidades laborales y asistenciales. A partir de entonces las políticas migratorias españolas se ajustaron a las necesidades del mercado laboral (Martín-Díaz et al, 2012)

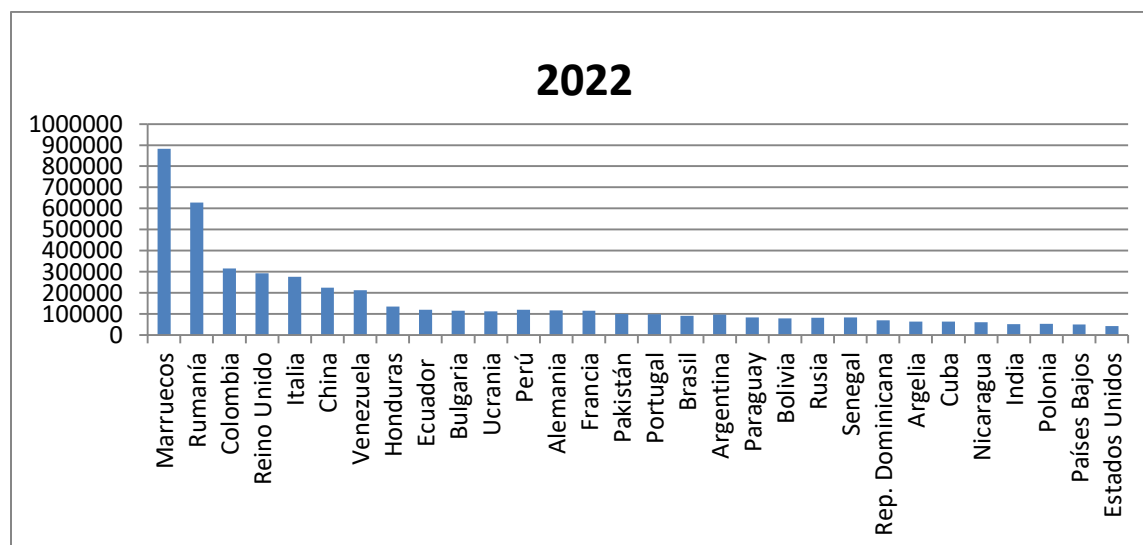
Actualmente, como indica una nota de prensa del Instituto Nacional de Estadística (Instituto Nacional de Estadística, 2024), del total de la población residente en España, alrededor de un 13 por ciento es extranjero –sobresaliendo los de origen marroquí, rumano, colombiano y venezolano –. Asimismo, el Informe Anual sobre la Situación de las personas migrantes y Refugiadas en España (Comisión Jurídica y de Asuntos Internacionales et al, 2022) explica que en los últimos años tanto la guerra en Ucrania como el fin del estado de emergencia tras el confinamiento por covid-19 han reconfigurado los flujos migratorios y número de solicitudes de protección internacional, aumentando el número de personas provenientes de países africanos y disminuyendo los procedentes de América Latina.

Este resumen también manifiesta que los migrantes tienen dificultades en la obtención de trabajo estable, y sus hijos en la continuidad de estudios.

En sentido general, estas minorías sufren de discriminación y la prueba de ello es que solo en “2022 se atendieron 1570 incidentes (delitos de odio por motivo de raza), de los cuales 407 se produjeron en el ámbito de acceso a bienes y servicios; 196 en el ámbito del empleo; 186 en el ámbito de vivienda; 144 en el ámbito de servicios de salud; y 141 en el ámbito educativo” (Comisión Jurídica y de Asuntos Internacionales et al, 2022, pp. 31-32).

Desde el punto de vista étnico y geográfico, sobresalen como grandes grupos inmigrantes los iberoamericanos, quienes parten de zonas del centro y sur de América (fundamentalmente aquellas de habla española); los magrebíes, que agrupan a las personas originarias del norte de África, específicamente de Marruecos, Argelia y Túnez; los de Europa del Este, con poblaciones provenientes de países como Rumanía, Bulgaria, Ucrania y Rusia; y los subsaharianos, los cuales más allá del término –usado muchas veces en sentido peyorativo–, se identifican por ser los habitantes del “África negra”, no árabe.

Figura 3. Extranjeros residentes en España según origen (Statista, 2023)



En menor medida, la inmigración en España también encuentra representación de ciudadanos originarios de China, Medio Oriente y Europa central, pero no necesariamente ostentan suficiente interrelación y organización como para constituirse como minoría.

Sin embargo, observadores internacionales han podido evidenciar comunidades formadas también por afinidad religiosa, como es el caso de los musulmanes, protestantes, ortodoxos y los judíos y por afrodescendientes, algunos de los cuales, pese a ostentar ciudadanía española, cargan con el estigma de ser desconocidos por su color y sufren segregación e insultos.

2.3.3 Entre minorías nacionales e independentistas

En 1992, la Organización de Naciones Unidas emitía una Declaración sobre las Minorías, la cual pretendía promover y proteger los derechos de las personas con prácticas lingüísticas, religiosas, origen racial o étnico, diferentes de los de la mayoría en el país receptor. El Convenio Marco del Consejo de Europeo que lo regula, ratificado por España en 1995, no contiene una definición de minoría nacional, sino que exhorta a los países a autodefinir estos grupos de conformidad con los principios generales del derecho internacional, incluido el de autoidentificación libre.

Ya en 2019, como parte de su informe a la Asamblea Nacional, el Relator Especial sobre cuestiones de las minorías, definía como grupo étnico a todo aquel compuesto por personas que representen menos de la mitad de la población total del país, que comparta una misma religión, idioma, prácticas y características culturales o una combinación de todas estas (Asamblea General de Naciones Unidas, 2020).

De este modo eran reconocidas como tal las comunidades catalana, vasca, asturiana, balear, gallega y valenciana, además de las antes mencionadas.

Durante su visita a España en 2019, el Relator manifestó su preocupación por inconvenientes generados en alguna de estas comunidades cuando funcionarios públicos se negaban a hablar el idioma cooficial o cuando figuras políticas y manifestantes pertenecientes a minorías de espíritu independentista fueron limitados o sancionados por ello (Asamblea General de Naciones Unidas, 2020).

Sin embargo, dicho fenómeno no implica necesariamente una discriminación por motivos de su lengua –elemento distintivo de las comunidades– ni les confiere vulnerabilidad por igual concepto. Ninguna de las investigaciones que sobre diversidad étnica se pudieron consultar refiere una incorrecta representación de estos colectivos en medios de prensa y redes sociales, sino un rechazo basado en sus posturas políticas que no es el objetivo del presente trabajo. Por este motivo, si bien se detectan los contenidos que aborden la realidad de estas comunidades mediante el empleo de términos claves (catalán, vasco, euskera, aranés, gallego, valenciano, asturiano, balear) en todas sus variantes de género y número, no se analiza su representación a menos que dicho trabajo verse sobre el quehacer y posibles conflictos étnico-culturales de estas minorías.

2.4 Racismo, xenofobia y discurso de odio

Tanto la autoidentificación de los sujetos al interior de un grupo como minoría, como las representaciones sociales que sobre un segmento se construyen, condicionan la aparición de discursos desde la alteridad o la otredad.

“La otredad es el resultado de un proceso discursivo mediante el cual un endogrupo dominante (“Nosotros”, el Yo) construye uno o varios exogrupos dominados (“Ellos”, Otro) estigmatizando una diferencia —real o imaginaria— presentada como una negación de identidad y, por tanto, un motivo de posible discriminación. (Otherness is the result of a discursive process by which a dominant in-group (“Us,” the Self) constructs one or many dominated out-groups (“Them,” Other) by stigmatizing a difference –real or imagined – presented as a negation of identity and thus a motive for potential discrimination) (Staszak, 2009, p. 44)

Como bien explica este autor, este distanciamiento responde a la necesidad de compararse para la construcción de la identidad propia o del subgrupo, y suele ser estimulado desde el poder político, el cual fomenta esa dicotomía de buenos y malos/ nosotros y ellos.

Del mismo modo, Edward W. Said (2003) apunta que una de las estrategias más comunes que se suele emplear es la de generalizar las características negativas de los grupos de personas de un mismo origen, religión o cultura, sin tener en cuenta sus diferencias en cuanto a hábitos o integración. Como ejemplo destaca la hegemonía y la alteridad que los individuos blancos occidentales han establecido respecto a la comunidad musulmana.

Es así como los medios de prensa, el cine, la literatura o las redes sociales, mediante representaciones en un discurso deshumanizante, refuerzan la idea que de que son esos grupos los responsables de la crisis y una amenaza al orden imperante, la legalidad y el bienestar económico.

Sin embargo, tanto al colectivo gitano como a los inmigrantes le es vedada la narrativa en primera persona (Jaramillo-Denet, 2022; Sobrados-León, 2006) lo cual los hace propensos a la deshumanización y el distanciamiento en el discurso, los estereotipos y a ser víctimas de ataques.

También existe un discurso que apela al humanitarismo, o a la necesidad de estos grupos —en el caso de los inmigrantes— para el desarrollo de actividades económicas básicas que el nacional no quiere desarrollar; en ambos casos la alteridad sigue presente, llegando incluso a la cosificación de estos segmentos al verlos con un fin exclusivamente utilitario.

En el extremo se ubican los discursos abiertamente racistas, cada vez más presentes en redes sociales (Arcila-Calderón et al, 2022; Ekman, 2019), que se justifican mediante ideologías de dominación y supremacía racial y etnográfica aprendidas, prácticas discriminatorias y abuso de poder. Ese discurso incita a la violencia y al odio de tal forma que llega a ser inquietante. Se manifiesta en muchos casos por prosumidores desde sus canales de comunicación individuales o en las secciones de comentarios, amparados en la posibilidad del relativo anonimato que permiten los espacios virtuales.

De modo que los discurso de odio en redes no solo alertan sobre la discriminación explícitamente mostrada, sino también sobre la permisibilidad, la normalización y la indolencia que se percibe al respecto en estos espacios. Los trolls y haters conforman grupos cada vez más grandes y con mayor número de adeptos, y se encargan de diseminar la violencia, el

resentimiento, la humillación, el terror y la discriminación, en las formas más radicales. De hecho, muchos encuentran placer en perseguir, denigrar y oprimir, dando paso a fenómenos muy comunes hoy como el bullying digital.

Investigadores como Carlos Busón Buesa (2020) creen que ocurre una transformación al estilo Dr. Jekyll y Mr. Hyde en personas aparentemente normales en su quehacer diario, las cuales, una vez en el entorno digital se despersonalizan, y amparados por la pantalla realizan ataques verbales ofensivos, al ser influenciados por otros trolls.

Dichos comentarios pueden llegar a ser catalogados como delitos si amenazan la integridad de las personas aludidas en el contenido. Como recalca Busón, hoy son abundantes las personas que se sienten inseguras de expresar una opinión o defender alguna idea por miedo a las amenazas e improperios que suelen recibir, delitos que no siempre son juzgados y enjuiciados, pese quedar registrados digitalmente con todo lujo de detalles.

Otros investigadores afirman que no existe tal proceso de transformación, sino que la ideología racista siempre estuvo ahí, limitada por el consenso colectivo de rechazo, que impide que este emerja en entornos físicos, donde la persona puede ser identificable y por ende condenable. Sin embargo la relativa incognición de las redes lo ha hecho resurgir.

En general, todos estos discursos muestran cómo se manifiestan, formulan, reproducen y legitiman las representaciones sociales racistas y xenófobas, que más allá de las regulaciones, programas y normas en favor de la inclusión, siguen presentes en las construcciones mentales y prácticas sociales.

Si existe alguna oportunidad de minimizar el impacto de estos discursos está en la contranarrativa que debe hacerse desde los medios, los individuos, grupos e instituciones, apelando al tratamiento del fenómeno en su complejidad, a la humanización de los protagonistas y a la puesta en marcha de estrategias digitales de sensibilización social.

2.5 Medios digitales, nuevos formatos y estrategias

Ha sido la propia tecnología el motor impulsor de la transformación de los medios en general y del periodismo en particular, al provocar cambios drásticos en la gestión, organización y presentación de contenidos, marcados por relaciones e intercambios de información más horizontales y por la aparición de una narrativa transmedia e interactiva. Ahora las industrias de comunicación son entendidas como objetos culturales trastocados por el intercambio con las TRIC (tecnologías + relación + información + comunicación), en tanto los contextos virtuales son capaces de empoderar y globalizar a pequeños actores o movimientos locales.

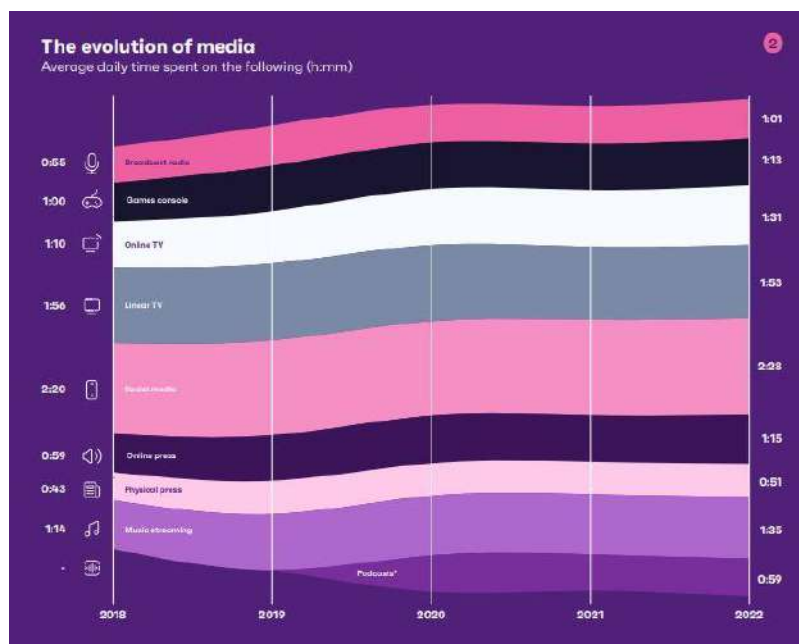
Ramón Zallo (2016, p. 82) asegura que “el ciberespacio dialógico, como nuevo espacio social y público insertado, añade agendas múltiples a los *mass media*. Esa interacción social reestructura el flujo informacional al punto que el otrora receptor pasivo puede llegar a proponer e imponer su agenda”, siendo esta una de las principales transformaciones de los espacios digitales.

Ello no significa que las industrias culturales no hayan encontrado la forma de establecer, una vez más, su hegemonía, sino que ahora estas deben negociar, ceder una cuota de poder que les permita legitimarse y obrar de manera más disimulada en la manipulación de las narrativas.

Los nuevos productos demandan mayor participación de la audiencia –y esta a su vez lo agradece–, actualización continua, visualidad y ubicuidad, requerimientos que, al reconfigurar las necesidades comunicativas de los públicos, también se han extendido a los formatos tradicionales.

Pero las estadísticas confirman que son los sitios digitales, sean redes sociales o webs, el modo principal para acceder a noticias, superando a la televisión como medio históricamente hegemónico. De ellos, las redes sociales acaparan más de la mitad de las entradas.

Figura 4. Tiempo consumido por usuarios en cada medio, según The global media landscape (GWI, 2023)



“Los entornos mediáticos actuales son complejos, con información que se cruza constantemente, no sólo dentro de las plataformas digitales sino también con los medios tradicionales. En este ecosistema, las líneas entre la realidad y la ficción se difuminan y el consejo editorial ya no es el principal definidor del contenido. Estas configuraciones en constante cambio ofrecen nuevas formas de comprender y analizar el establecimiento de la alteridad; alejándolo de lugares tradicionales y sencillos anteriores donde se desarrollaron representaciones y desafiando a los académicos a comprenderlo dentro de estas nuevas complejidades” (Today’s media environment are intricate, with information that is constantly intersecting, not only within digital platforms but also with traditional media. In this ecosystem, the lines between fact and fiction are blurred and the editorial board is no longer the main definer of content. Such everchanging configurations offer new way to understand and analyze the establishment of otherness; moving it away from previous traditional, straightforward places

where representations developed and challenging scholars to understand it within these new complexities.) (Jaramillo-Dent, 2022, p. 50).

En estos entornos se logra la convergencia, donde se encuentran no solo medios tradicionales y digitales, sino también industria de los medios y audiencia permitiendo pactar sobre qué, cuándo, dónde y por qué se generan contenidos.

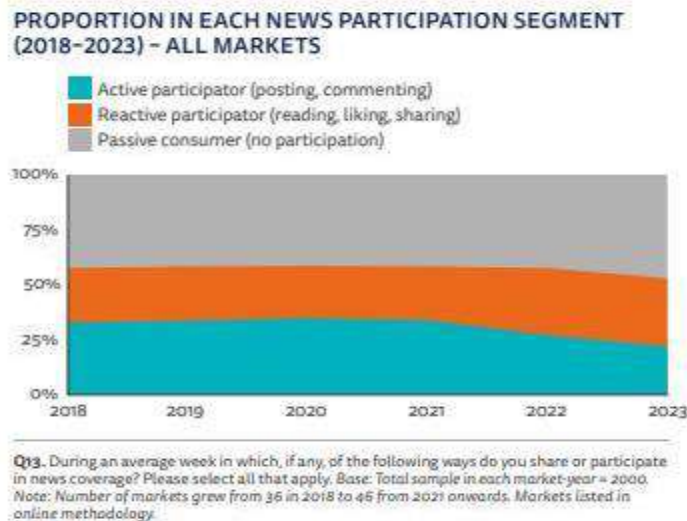
En cuanto a la construcción del mensaje periodístico uno de los cambios más relevantes es la inclusión del hipertexto, el cual genera un nuevo lenguaje, imprescindible en la nueva cultura de los medios digitales. Por otra parte, la integración de las redes sociales al esquema de difusión de contenidos se ha convertido en una estrategia eficaz de representación y persuasión, evidenciando un cambio en los espacios y condiciones en los que se moldean las percepciones sociales.

Ahora bien, la tendencia mundial es que las personas lean cada vez menos noticias, lo que hace al sistema de medios cada vez más dependiente de la publicidad para su supervivencia; si a esto añadimos los bajos niveles de confianza, el acceso preferencial a través de redes sociales, búsqueda en navegadores, portales con sugerencias noticiosas o aplicaciones de noticias y la atención preferencial a influencers y celebridades en las redes crecientes (Tik Tok, Instagram), entendemos lo fracturado y dependiente de terceros que es el sistema de medios (Newman et al, 2023).

El Digital News Report 2023 añade que los lectores desconfían mucho del algoritmo detrás de la sugerencia de noticias, pues creen que este hace que se pierda información importante o que se presenten puntos de vista desafiantes. Además, un 56 por ciento de la muestra de este estudio manifestó estar preocupado a la hora de diferenciar lo que es real o no cuando se trata de noticias en internet. Y puede que no estén tan lejos, teniendo en cuenta que los filtros de los motores de búsqueda y de las redes sociales evitan cada vez más los temas complejos que pueden generar debate.

Otro de los acápites de esta investigación del Reuters Institute refiere la cada vez más escasa participación de las audiencias en las noticias, incluso su rechazo a temas “fuertes” como los problemas socioeconómicos o la guerra. De ahí que sean necesarios estudios que exploren el actual entorno mediático y su capacidad para moldear a la audiencia y sus reacciones ante las noticias.

Figura. 5 Tomado del Digital News Report 2023 (Newman et al, 2023)



2.6 Redes sociales. Usos y lenguajes

The global media landscape (GWI, 2023), acotaba que, como promedio, los usuarios pasaban cerca de dos horas y media en redes sociales de las casi siete que pasan conectados. Quizás lo que más atraiga de estos entornos sea la creación, modificación y difusión de contenidos hechas por los propios usuarios, así como también una representación más visual y menos textual de los temas.

Estos entornos, donde se combinan –y en ocasiones se confunden– informaciones, opiniones y hechos presentados tanto por empresas mediáticas, políticos, líderes de opinión y el prosumidor, generan desafíos en el ámbito de la comunicación y hacen que “el estudio de la representación se vuelve más complejo a medida que más actores –incluidos aquellos que están menos regulados por pautas éticas y de otro tipo– contribuyen a estas representaciones basándose en su propia ideología, opinión e intereses” (...the study of representations becomes more complex, as more actors –including those are less regulated by ethical and other guidelines– are contributing to those representations based on their own ideology, opinion and interests) (Jaramillo-Dent, 2022, p. 52).

Al mismo tiempo, el consumo de noticias a través de las redes presenta considerables diferencias respecto al realizado en medios tradicionales: primero el interés que mueve a los lectores va más ligado al entretenimiento y al placer que a la utilidad o relevancia de la información; segundo, el público tiene la posibilidad ya no solo de consumir, sino de crear y difundir contenidos, sin que ello implique una estricta contrastación de hechos o profesionalidad; y por último las disímiles fuentes, no siempre fidedignas o identificables. Estos hábitos condicionan el incremento de la desinformación y que el receptor consuma, preferentemente, noticias que conecten emocionalmente y que estén alineadas a sus opiniones y creencias previas, invisibilizando otros enfoques que pudieran enriquecer sus conocimientos o completar su visión de una realidad (Pérez-Seoane, 2023).

2.6.1 Facebook e Instagram. Tendencias y consumo

Aunque su influencia en temas periodísticos ha disminuido, al igual que su uso por parte de la audiencia en medio de un contexto de consumo de redes fracturado, Facebook sigue siendo la red sociodigital más empleada para el consumo de información. Incluso, durante su auge, propiciaba junto a Twitter casi la mitad del tráfico en línea hacia sitios de noticias (Newman et al, 2023).

En estos dos conglomerados, los periodistas y los medios siguen siendo centrales en el debate noticioso y los expertos consideran que el poco terreno perdido se debe a políticas de las propias empresas –en caso de Facebook muchos usuarios denunciaban que la imposición de contenidos era algorítmica y no por cronología inversa de su historial, y a la par hubo una reducción del porcentaje de historias de noticias que los usuarios veían en su *feed* y por ende una reducción de la participación de los consumidores.

Quizás una de las cosas que hace que Facebook continúe en la preferencia es la combinación de un sinnúmero de funcionalidades: información en forma de texto, enlaces, imágenes, contacto con conocidos y sobre todo el aumento de disponibilidad de contenidos audiovisuales. De hecho es la plataforma en la que más se consumen videos informativos online, seguida de

Youtube –en un mundo donde casi dos tercios de los usuarios consumen audiovisuales vía redes sociales frente a un 28 por ciento que lo hace mediante sitios webs o aplicaciones (WGI, 2023). Los *reels*, las historias, la propia sección de videos, se suman al hecho de que al ser la primera red social global, posee un gran número de usuarios que amplía las posibilidades de impacto de las publicaciones.

Otras figuras relevantes en esta plataforma son las personalidades e influencers, quienes tienen también mucho peso en la difusión de noticias. En tanto los tópicos informativos de mayor interés son las políticas nacionales, las noticias graciosas o la sátira, la salud, el clima, los negocios y la economía.

Sin embargo, para los menores de 25 años es Instagram la red social más empleada para cualquier propósito. Claro que en este espacio se le presta mayor atención a las celebridades que a los periodistas, la gente común o las pequeñas fuentes y medios alternativos de noticias. Y salvo porque se prefieren temas graciosos por encima de las políticas nacionales, el resto de los tópicos de interés se comportan de manera similar.

También se comporta de igual forma el interés de los usuarios por consumir videos. Algo que hacen dos tercios de los asociados a esta plataforma, como asegura The global media landscape (GWI, 2023).

De hecho, se considera que la función Historias, surgida en agosto de 2016 para aumentar el tiempo dedicado a la aplicación y el *engagement* de la audiencia –de ahí su duración limitada de 24 horas–, es uno de los aspectos más relevantes en el incremento de Instagram a miles de millones de usuarios activos, jóvenes en su mayoría.

La necesidad de consultar *feeds* de amigos y perfiles todos los días, para evitar perderse su contenido más reciente, unido a las posibilidades interactivas, de incorporar emojis, filtros, textos y otros aspectos de edición, así como los controles deslizantes, ha hecho que esta funcionalidad se convierta en el modo para compartir contenidos de Instagram de mayor éxito, con más de 500 millones de usuarios diarios (Jaramillo-Denet, 2022).

Según la plataforma Statista, en España, Facebook es la plataforma social con mayor número de usuarios e Instagram es la de mayor crecimiento. En ambos espacios un gran porcentaje de la población consume todo tipo de información, expresa opiniones, debate y se autorrepresenta, al punto de convertir estos entornos en un lugar donde se reconstruyen las concepciones sobre la realidad social.

Sin embargo, las propias características de las redes (más visuales que textuales, con una duración de pocos segundos en sus historias) suponen mayores complejidades para que los usuarios entiendan y procesen correctamente los contenidos y distingan la veracidad y confiabilidad de los mismos.

Aun así, han emergido nuevas formas de hacer periodismo y por ende perfiles mediáticos, de ahí que sea necesario analizar la representación mediática de la diversidad étnica y quizás compararla con otras representaciones sociodigitales como las de los políticos, los influencers o las autoconstruidas.

En el caso español, el Digital News Report 2023 refiere que como en el resto del mundo, el consumo digital supera al de los medios tradicionales. En este contexto, son las ediciones online de 20 Minutos y El País, los medios que tienen mayor alcance (Newman et al, 2023), de ahí que se escojan para el análisis de las representaciones mediáticas sociodigitales.

2.7 La representación de la diversidad étnica en redes sociales

El estudio sobre la representación de la diversidad étnica ha estado históricamente fragmentado. Abundan las investigaciones sobre migración y su reflejo en los medios más tradicionales, dígame los informativos televisivos, prensa escrita, cine y algunas coberturas digitales (motivadas por procesos y flujos migratorios específicos). Por otra parte, existen investigaciones sobre la presencia del racismo en el discurso mediático y en redes sociales individuales y sobre construcciones discriminatorias hacia colectivos como los gitanos y la comunidad musulmana en los medios. Por último, se han encontrado análisis sobre la diversidad en general, predominando igualmente los contenidos de ficción y la publicidad.

En el primer grupo, la mayoría de los investigadores manifiesta haber encontrado alteridad u otredad en las construcciones discursivas, además de un reflejo limitado marcado por el ajuste a un contexto crítico específico y la estereotipación de los migrantes: un enfoque que los identifica como amenaza a la seguridad nacional y peso para el estado, con descripciones homogenizantes y escasos matices contextuales que expliquen la complejidad del fenómeno (Gómez-Quintero et al., 2021; Jaramillo-Dent, 2022; López del Ramo, & Humanes, 2016; Quintana-Pujalte, 2019) y otro que, pese a hablar desde la solidaridad incurre igualmente en representaciones que acentúan condiciones como la vulnerabilidad y la pobreza (Ossa-Rubio, 2022).

Respecto al colectivo gitano se suele emplear en los medios recurrentemente léxicos peyorativos, que los asocian con marcos sociomarginales como la transitoriedad, la pobreza, la precariedad, la ilegalidad y el analfabetismo (del Río Pedraza, 2011).

En cuanto a la diversidad, los investigadores explican que si bien existe un aumento de la representatividad del mestizaje y la interculturalidad, aún es muy pobre y estereotipada (Martín-García, 2023; Díez-Aguado, 2015), en tanto el racismo sigue presente en los discursos mediáticos, y es evidenciado por la presentación etnocéntrica de los textos, en las elecciones visuales y lingüísticas que subordina a las minorías étnicas a un poder blanco hegemónico y además las vincula a hechos delictivos, a la violencia y marginalidad social (Arcila-Calderón et al, 2022; Sáez-Gallardo, 2017).

A estas investigaciones podemos sumar aquellas que hablan de vulnerabilidad de estas minorías, susceptibles a ser discriminadas en entornos laborales, sanitarios, de vivienda y educativos; y los estudios que refieren la proliferación de manifestaciones de odio en entornos digitales como el Informe Anual sobre la Situación de las personas migrantes y Refugiadas en España, el cual manifiesta que se ha normalizado los mensajes de odio en internet y redes sociales, los cuales, en ocasiones, dan lugar a delitos de odio en espacios físicos (Comisión Jurídica y de Asuntos Internacionales, 2022).

Este propio informe hace un llamado a las entidades del tercer sector (privadas no lucrativas) para que generen contranarrativas y estrategias de sensibilización social en los entornos digitales, las cuales contrarresten los discursos de odio y minimicen sus impactos.

Pero la prensa juega un papel sustancial en los procesos de representación social de sus audiencias, de ahí que un reflejo crítico y responsable de las minorías étnicas genere una mejor interpretación de los acontecimientos y discursos producto de las interacciones sociales y, a la larga, mejores proceso de inclusión e integración de dichas minorías.

De ahí la importancia de este estudio, que ya no verá de forma aislada la representación de minorías más significativas en el país, sino que además analizará los factores que influyen en este abordaje y las reacciones que pudiera ocasionar en los públicos.

3. Metodología.

3.1 Justificación

Pese a la existencia de un marco normativo contra toda forma de discriminación, persisten en España –como en la mayoría de los países– manifestaciones racistas y xenófobas que, al decir del informe de 2023 del Ministerio del Interior, son las más comunes entre los crímenes de odio en el país, representando más del 37 por ciento de las denuncias, que aún se mantienen muy por debajo del número de casos reales (Ministerio del Interior, 2024).

Esas prácticas que se expresan abiertamente en discursos de inferiorización, de alteridad o exclusión encuentran un creciente vehículo en las redes sociales, un espacio en el que, como promedio, las personas pasan casi dos horas y media, y que se ha convertido en la principal vía de acceso a noticias. En redes sociodigitales como Facebook e Instagram los medios de comunicación mantienen cierto alcance y poder educomunicativo, lo cual pudiera ser relevante en desarrollo o respaldo de contranarrativas en pos de la inclusión y el respeto a las diferencias.

Es por ello que es preciso analizar cómo se representa la diversidad étnica en las propuestas mediáticas sociodigitales, cómo se reflejan las minorías, tanto la gitana como aquellas comunidades regionales y aquellas derivadas de migraciones recientes, para determinar qué tanto incide el discurso periodístico en el enfrentamiento o la perpetuación en el imaginario colectivo de concepciones racistas, clasistas, segregacionistas y xenófobas, en el ámbito virtual.

Pero para el análisis de este discurso es necesario, no solo ver el contenido en sí, sino también las motivaciones y condicionantes que influyen a la hora de concebir trabajos sobre minorías o sus representantes; conocer qué tan presente está la diversidad étnica en los medios, qué caracteriza la construcción discursiva que sobre las minorías se hace y qué reacciones provocan en los lectores y seguidores.

Como se plantea en el capítulo anterior, el estudio de las representaciones se ha abordado muy poco en las redes sociales y dentro de estas casi nunca en los perfiles de los medios, un sector que como bien se ha advertido pudiera incidir en la aparición de contranarrativas que

deconstruyan estereotipos, confieran mayor estatus, respaldo y visibilidad a las autorrepresentaciones y además sensibilicen en la necesidad de la denuncia y el rechazo a la discriminación en los entornos físicos y virtuales.

Si bien no existen muchas investigaciones que abarquen la diversidad étnica en general, gracias al cúmulo investigativo previo en cuanto a representaciones sociales y mediáticas de migrantes y el colectivo gitano por separado se puede establecer una comparativa de las distintas construcciones presentes en los imaginarios grupales, y a la vez, obtener un sustento teórico y metodológico para el estudio del tema. Este estudio, además, pudiera arrojar comparativas entre el reflejo de estos grupos –tradicionalmente excluidos y discriminados por su origen étnico– y otras minorías nacionales reconocidas.

Por estos motivos se pretende estudiar la representación de la diversidad étnica en los perfiles de Facebook e Instagram de la edición online de El País, medio de mayor alcance digital en 2023 –junto a 20 Minutos–, según el Digital News Report (Newman et al, 2024). Además, este diario es el de mayor difusión en el país y el segundo con mayor número de seguidores en estas redes (6,8 millones en Facebook y 1.8 millones en Instagram), solo superado por el sitio Marca (especializado en deportes).

Su corte generalista permite analizar la presencia de la diversidad étnica en sus trabajos, así como las reacciones que pueden generar en lectores de posturas polarizadas –como se percibe en El País–, lo cual posibilita la detección de opiniones representativas del complejo escenario que se vive en España ante el fenómeno.

Si bien el contenido de los post y videos en estas redes sociales permanece, una de las complejidades en el estudio de estos espacios es lo efímero de las historias, que desaparecen tras 24 horas –a menos que sean archivadas por los creadores, en el caso de Facebook, o añadidas al perfil como historia destacada, en el caso de Instagram, donde sí pueden visualizarlas los seguidores– lo cual impide el análisis en el tiempo de todo el contenido. De ahí que se eligieran solo los post en ambas redes sociales.

Otro de los aspectos a considerar en estos espacios virtuales es el poco tiempo de lectura de los usuarios en estos espacios, lo cual dificulta el abordaje integral de temáticas de por sí muy complejas.

Como aspecto positivo puede mencionarse el uso de códigos cross y multimedia (combinaciones de videos, imágenes, textos, emojis, filtros, hashtags, @tags) y la riqueza que ofrecen las interacciones que pueden oscilar entre comentarios y reacciones; estas últimas logran sintetizar en un símbolo estandarizado (emoji) la emoción o valoración que despierta determinada información en el público, algo que facilita la tabulación y análisis de opiniones.

El presente estudio será otro precedente teórico para el examen de las redes sociales como espacio de interacción humana y medio de comunicación, como unidades de análisis aún emergentes. Validará determinadas metodologías ahora aplicadas a una construcción discursiva específica, con dinámicas diferentes a las experimentadas en los medios tradicionales o en los sitios webs, de ahí la necesidad de explorar, en cierta medida, cada parte del proceso de producción (emisores, mensaje y recepción).

El desarrollo de esta investigación ayudará a comprender cómo se construyen las percepciones, significados y valoraciones de la sociedad sobre sectores vulnerables a actos discriminatorios como son las minorías étnicas, y cuán cerca o lejos se está de establecer un discurso desde y para la integración y el respeto a la diversidad.

3.2 Problema

¿Cómo se representa la diversidad étnica en los contenidos de los perfiles de Facebook e Instagram de El País durante 2023?

3.2.1 Categorías de análisis

Representación mediática en redes sociales

Dicha categoría describe el proceso mediante el cual los medios de comunicación seleccionan, interpretan, construyen y presentan la realidad social en las redes sociales. La información y los contenidos transmitidos reflejan los intereses y objetivos del medio de comunicación y sus profesionales, así como la interacción entre reguladores, productores de contenido y receptores de la información, de modo que nunca va a ser una visión completamente objetiva.

El contexto virtual y las propias características de los espacios en la que se transmiten (redes sociales), reconfiguran las representaciones mediáticas, dotándolas de adaptabilidad al entorno, sus dinámicas económicas y sus características interactivas y textuales.

Esta representación influye en cómo las personas perciben, entienden y valoran los fenómenos, individuos o grupos sociales y, por ende, en cómo actúan ante tales factores. En la medida en que la construcción discursiva de los medios tenga determinado peso dentro de la conformación de conocimientos de las personas, más van a influir los medios en la conformación de sus imaginarios, significados compartidos y representaciones sociales. De ahí que el discurso mediático pueda ser utilizado para educar, promover ideologías, generar o transformar perspectivas de la realidad.

Diversidad étnica

Se entiende como la convergencia, en una sociedad o comunidad, de distintos grupos humanos que se distinguen entre sí por su origen, lengua, color de la piel, creencias, religión, estructura social, cosmovisión, dieta, manifestaciones artísticas, costumbres, tradiciones o cualquier otro rasgo identitario atribuible a la cultura humana.

Responde a la presencia de grupos minoritarios diferentes a un exogrupo mayoritario. Dichos colectivos se conforman como resultado de la migración, el comercio o la aceptación de nuevas concepciones religiosas u otros hábitos sociocomunicativos.

A partir de entonces, si bien conviven en un mismo espacio geográfico, intercambian bienes con la cultura dominante, adoptan y se adaptan parcialmente a ciertas costumbres de esta, mantienen las tradiciones que los hacen distintivos, un sentido de pertenencia al grupo, un estilo de vida diferente y un sistema de valores que dista del de la sociedad en general.

La diversidad étnica genera sociedades con mayor riqueza cultural. Su estudio, fomento y defensa es esencial para garantizar la inclusión, promover la cohesión social, la convivencia

armónica y respetuosa de grupos humanos y garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de su origen o cultura.

La conjunción de ambas categorías en este estudio responde al reflejo en los perfiles de Facebook e Instagram de El País del devenir y los posibles conflictos de las minorías étnicas y sus representantes con origen en su condición etnográfica, ya sea de forma aislada o en su confluencia con otras manifestaciones étnico-culturales.

3.2.2 Unidad de análisis

El País, como se mencionó antes, se encuentra entre los primeros puestos en cuanto a alcance de publicaciones periodísticas en español a nivel mundial, con difusión impresa (solo en España) y digital. Fundado en 1976 durante la transición democrática en la que jugó un papel fundamental, pertenece al grupo Prisa, conglomerado mediático con amplia trayectoria en la creación y distribución de contenidos educativos, informativos y de entretenimiento, presente hoy en unos 40 países.

Su relación evidente con figuras políticas del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y su entendimiento con algunas del Partido Popular (PP), situaron a este grupo en lo más alto en cuanto a influencia política; sin embargo, las deudas contraídas lo ha hecho abrirse ante la participación en acciones de un amplio espectro de empresas, entre las que destaca la estadounidense Liberty Acquisition Holding (accionista principal).

Esto ha condicionado el contenido de El País, con un constante pronunciamiento en temas sociales, pero que no escapa de mecanismos publicitarios y estrategias tendenciosas para atraer vistas y lecturas, y con ello ingresos.

El País, fue el segundo en presentar una edición digital en España, a finales de los 90' y fue el primero que impuso el sistema de pago para acceder a los contenidos informativos de su sitio, hecho último que puede incidir en que algunos usuarios en redes sociales, se queden exclusivamente con el resumen y el titular presentados en el post –no siempre apegados o en total sintonía con la historia que narran– y no accedan a los contenidos de la web, donde se pudiera explicar las complejidades, causas y consecuencias de los fenómenos.

Por demás, el perfil en Facebook, creado en 2008, solo es superado en cuanto a número de seguidores por Marca; mientras en Instagram (desde 2013), también muestra muchas interacciones de usuarios.

El contexto español, políticamente polarizado, hace que en sus comentarios se presenten posturas dicotómicas.

3.2.3 Premisa

Los medios mantienen una presencia limitada de la diversidad étnica, casi siempre evocada en momentos de conflictos migratorios o comunales, dígame el cruce de migrantes por las fronteras, la recepción de refugiados y situaciones de enfrentamiento entre el colectivo gitano y el resto de la comunidad.

Persiste una construcción estereotipada de la imagen del inmigrante y los sujetos no blancos, casi siempre asociada al delito, la violencia y el estatus irregular. Se reproducen desinformaciones y se incurren en términos racistas y clasistas o en narrativas construidas desde la alteridad, en tanto se presenta poco el aporte económico-social de los diferentes grupos como protagonistas de la construcción cultural de un país diverso desde antes de su concepción como Estado.

Otro factor que incide en la presencia de este tema en los medios pueden ser las fechas o festivales señalados (conmemoración de Ferias o días de reconocimiento a la cultura Flamenca, la hispana, o las comunitarias, por ejemplo). En estos casos el tratamiento del tema suele ser positivo y orientado a las manifestaciones artísticas y culturales y no se resalta, como sí pasa en los casos anteriores, el origen o estatus, sino que, por el contrario, se habla desde la integración o aceptación.

Por último, otro hecho que determina la presencia del tema en los medios es la ocurrencia de delitos y manifestaciones de odio –o su sanción y medición por órganos policiales–, sucesos que los medios suelen tratar de manera informativa y superficial, dejando fuera del análisis la complejidad del fenómeno, las motivaciones, perjuicios y responsabilidades de las partes.

En cuanto a las mediaciones que inciden en este tipo de abordaje puede señalarse la poca existencia de libros de estilo o manuales de buenas prácticas con alusiones directas a la diversidad étnica que orienten un tratamiento no estereotipado, la necesidad de ganar lectores y por ende el empleo de términos e imágenes sensacionalistas y alarmistas que atraigan las miradas, la rutina noticiosa que quizás atente contra la construcción profunda y contrastada de la realidad y la poca disposición de datos estratificados que desmitifiquen el estatus irregular, la criminalidad, el enriquecimiento mediante las ayudas asistenciales o la poca disposición para el estudio y el trabajo de la inmigración y la población romaní o la victimización intencionada de la población negra.

Dentro de las pocas personas que participan en las noticias online, existe, por ejemplo, solidaridad ante la desprotección y la difícil experiencia de la migración, pero también miedo a que constituya una carga para el Estado o reste oportunidades laborales y asistenciales a la población nacional. En este sentido, también existe un pequeño por ciento que manifiesta desaprobación y descontento por esta causa.

Respecto a la población gitana, la gran mayoría de los comentarios suele generalizar el comportamiento errante, la poca disposición al trabajo y al estudio y las tendencias delictivas y de enriquecimiento ilícito, negando la vulnerabilidad que vive el colectivo y los ejemplos de inserción social o aporte cultural.

Sobre otras minorías nacionales no se emiten criterios de rechazo o discriminación basados en su diferencia de idioma.

3.3 Objetivos de investigación

3.3.1 Objetivo general

Analizar la representación de la diversidad étnica en los perfiles de Facebook e Instagram de El País, durante 2023

3.3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar el discurso en redes de este medio sobre las minorías étnicas
- Comparar la representación y estrategias discursivas empleadas en ambas redes
- Identificar mediaciones que pudieran configurar el abordaje del tema racial, la diversidad étnica o la inmigración en estas publicaciones
- Sondear las reacciones del público ante el tratamiento mediático de la diversidad étnica en las redes sociodigitales

3.4 Clasificación de la investigación

La perspectiva cualitativa permite un análisis amplio, integrado, sistémico, que apunta más a cuestiones subjetivas seleccionadas según los propósitos de la investigación, y que emplea la interpretación como herramienta de obtención de resultados.

Este enfoque se caracteriza por desarrollar un proceso no lineal y recurrente, generalmente inductivo, donde el establecimiento de premisas, si bien guía la investigación, no la ajusta. Predomina la flexibilidad y la riqueza interpretativa, que le permitan al autor una comprensión holística y profunda del fenómeno estudiado (Hernández-Sampieri et al, 2014).

Esta metodología es apropiada cuando se pretende comprender los fenómenos al explorarlos desde la perspectiva de sus participantes, además de recabar opiniones, experiencias y entender los procesos detrás de la conformación de percepciones en determinado contexto y ante determinadas motivaciones, justamente porque permite entender las individualidades de los casos estudiados, condicionados por ciertas interacciones sociales.

Dentro de este enfoque se incluye el diseño fenomenológico, apropiado para el presente estudio ya que este, como varios autores (Mertens, 2005; Álvarez-Gayou, 2003 y Creswell 1998) afirman, propone también el análisis de discursos, así como la búsqueda de sus posibles significados; además, pretende describir y entender los fenómenos desde la perspectiva de sus participantes o aquella construida colectivamente, en un tiempo, espacio, con sujetos y relaciones determinados.

Los teóricos añaden que este tipo de diseño generalmente parte de la definición del problema a estudiar, para luego recopilar experiencias y valoraciones de los participantes, analizar los comportamientos personales, para tener un panorama general de las experiencias, detectar patrones y categorías dentro de las unidades de significado, para finalmente generar una descripción del fenómeno, su estructura y condicionantes.

La perspectiva cualitativa requiere de múltiples métodos e instrumentos de recopilación de datos en su ambiente natural como estrategia principal de triangulación, lo cual permite validar la información obtenida.

El presente trabajo además, clasifica como investigación comunicológica por abordar, desde una perspectiva teórica aplicada, las particularidades de las representaciones mediáticas y la construcción del discurso periodístico. Respecto a esta perspectiva Roberto Hernández Sampieri planteaba que “el interés se centraría en aspectos como las redes y los flujos de

comunicación en las organizaciones, los medios de comunicación, los tipos de mensajes que se emiten y la sobrecarga, la distorsión y la omisión de la información (2014, p. 26).

Así mismo, según la esfera de actuación puede decirse que es un estudio de redes sociales y medios digitales que comprende las tres partes del proceso comunicativo: producción, mensaje y recepción, al abordar desde las condiciones de producción en estos espacios virtuales, hasta el propio discurso, los componentes estilísticos, el tratamiento de determinados mensajes y las reacciones que generan en el público.

Esta investigación, de carácter descriptivo-interpretativo, responde a la tipología de estudios de caso único que permiten ampliar el conocimiento sobre el objeto, su contexto, características y significados; busca analizar cómo se construye la representación de la diversidad étnica en los perfiles mediáticos sociodigitales y su recepción (vista en los comentarios generados en las propias redes) en el público.

3.5 Población y Muestra

Algunas investigaciones (Comisión Jurídica y de Asuntos Internacionales, 2023) sugieren que durante el 2022 se experimentaron cambios que reconfiguraron los flujos migratorios y la reinserción social de grupos vulnerables, como pueden ser las minorías. Entre estos están el desplazamiento masivo de personas hacia la Unión Europea producto a la invasión de Rusia en Ucrania y la culminación de la fase de emergencia decretada ante la expansión de la pandemia por Covid-19, lo cual evidenció el impacto de la enfermedad en la economía e implicó el cese de algunas ayudas a desempleados.

A este motivo hay que agregar que, al ser 2023 el año concluido más próximo, se ha logrado obtener un grupo actualizado de datos estadísticos e informes de cierre sobre migraciones, presencia de extranjeros en el territorio nacional, riesgos de exclusión de sectores vulnerables, consumo de internet y noticias entre otras informaciones complementarias de interés de cara a la investigación. De ahí que se haya escogido el pasado año como período a evaluar de las categorías relevantes.

Para analizar la representación mediática de la diversidad étnica en las redes sociodigitales de los medios y el posible impacto de estos fenómenos sobre ellas, el presente trabajo emplea una selección muestral no probabilística, común en los estudios cualitativos, por ser más flexibles.

Del total de post en los perfiles de Facebook e Instagram de El País –exceptuando los repetidos en una de las dos redes–, se han seleccionado aquellos relacionaos con la diversidad étnica: el colectivo gitano, el tema racial, la inmigración, las comunidades autóctonas y las diferencias culturales y religiosas con los grupos musulmanes, así como los comentarios que estas recibieron. Para ello se empleó una muestra intencionada, con selección a criterio de autor, basado en el interés de reflejar y analizar la mayor actividad en redes y los comportamientos recientes en cuanto a discurso sobre diversidad étnica en los medios y la recepción de los temas raciales y multiculturales en España.

En el caso de Facebook se detectaron estas publicaciones empleando la Application Programming Interface (API), que permite acceder al registro histórico de publicaciones, a las cuales se les añadió un filtro de búsqueda por palabras clave. Dichas palabras son vocablos

genéricos directamente relacionados con el tema, en todas sus variantes de género y número (de ser necesario), recopiladas como resultado de la revisión bibliográfica-documental de trabajos investigativos sobre migración, refugiados, el colectivo gitano y la diversidad étnica en general.

Figura 6. Nube de palabras claves empleadas para la detección de los post en Facebook



Para el caso de Instagram, se accedió al histórico de post de 2023 y se seleccionaron directamente aquellos relacionados con la representación de alguna de las minorías (o sus miembros) identificadas como parte de la diversidad étnica.

Como resultado se obtuvieron un total de 51 publicaciones de Facebook y 18 de Instagram, entre las cuales no se incluyeron aquellas no relacionadas con el objetivo de investigación (téngase en cuenta que palabras como diversidad, religión, vulnerabilidad, igualdad, inclusión o exclusión hablan también de otras minorías susceptibles a discriminación como las comunidades LGBTIQ+, los discapacitados, mujeres, ancianos o tópicos genéricos).

Las unidades muestrales logran abarcar la mayoría de los colectivos identificados como minorías étnicas y las posturas que el público asume ante ellas, de modo que ofrecen un panorama bastante completo en cuanto a la representación de la diversidad étnica y la recepción de estos temas en el público en las redes objetos de estudio.

La muestra para la selección de los encuestados se determinó a partir del análisis de contenido, el cual arrojó los autores que abordaron temas de diversidad étnica o la representación de sujetos racializados más de una vez, sumando en total 12.

3.6 Instrumentos, métodos y técnicas

El método **Bibliográfico** se ha empleado como mecanismo inicial de búsqueda de información tanto para la conformación del capítulo teórico como para obtener referentes metodológicos investigativos en cuanto al establecimiento y justificación del tema, el problema y las premisas o hipótesis, así como para detectar los vacíos investigativos que la presente investigación pretende ayudar a solventar.

Sujeto a este método también estuvo el libro de estilo de la publicación y dentro de este las directrices o menciones de tópicos relacionados con la diversidad étnica como parte de la ideología profesional que pudiera permeear la construcción discursiva.

De este modo se pudieron obtener definiciones y conceptos claves que guiaron en la construcción de instrumentos, la selección muestral, la recogida de información, el análisis de los datos y su comparación con otros resultados investigativos y la elaboración del informe.

Análisis de Contenido (Anexo 2). Para aplicación de esta metodología al entorno de las redes sociales hubo que conjugar varias propuestas teóricas que ofrecieran una descripción apropiada de las estructuras lingüísticas, visuales, interactivas y contextuales de estos espacios. Entre ellas la de la doctora Yanela Soler (2015) para el análisis crítico del discurso en medios periodísticos, que integra en una perspectiva metodológica común cinco postulados analíticos: Análisis Crítico del Discurso, Hermenéutica Profunda, Estudios Críticos Multimodales, Teoría de la Argumentación y Semiótica de la Imagen, y que destaca por estudiar también las mediaciones que inciden en la construcción de este tipo de textos. Otro de los sustentos metodológico-instrumentales fue la ficha de codificación elaborada por los doctores Joaquín López del Ramo y María Luisa Humanes para el análisis de contenido de la representación fotográfica y su incidencia en el framing visual. A partir de estas metodologías se configuró una nueva guía de análisis que se ajusta también a las características de los entornos sociodigitales y que además fue sometida a validación por criterio de expertos.

Así, una primera parte de la guía está orientada a mostrar los detalles del texto, sus intencionalidades y en cierta medida, sus estrategias para conseguirlos. Con ello se fue capaz de relacionar el relato estructural de los discursos con distintas propiedades del contexto cognitivo y sociocultural (Van Dijk, 1995), además de identificar ciertas tendencias periodísticas para ganar lectores y reacciones, independientemente de la ideología del medio.

Por otra parte, el vínculo entre el discurso y la representación de la realidad en lectores y redactores no es directo, es muy complejo, y está dado por el contexto social de cada construcción discursiva. Es por ello que el análisis del discurso –sobre todo en propuestas en el área de la prensa como la de Eva Salgado (2001)– incluye una referencia al tejido social y las circunstancias concretas que rodean la información, en determinado rango geográfico y temporal. Esta se desarrolla en la tercera parte de la guía.

Asimismo, el framing visual ofrece posibilidades de complementación en el análisis, con vistas a lograr una deconstrucción más profunda de los sentidos anclados en una imagen o video (parte segunda de la guía), en espacios que son eminentemente visuales. El reflejo o preponderancia de determinados elementos, así como la composición en las imágenes encierran una carga connotativa o simbólica (López del Ramo & Humanes, 2016) que repercute en la construcción de representaciones.

La **Encuesta** (Anexo 1) en esta investigación tienen tanto objetivos descriptivos como correlacionales-causales, en la medida que pretende detectar las posibles mediaciones y condicionantes de la labor periodística que pudieran estar influyendo en la configuración de las representaciones de la diversidad étnica. El cuestionario alterna preguntas abiertas, cerradas y escalas de valoración en aras de conocer la relación entre los medios y los agentes

reguladores externos de la producción, las condiciones estructurales y organizativas del trabajo periodístico y la influencia de la cultura profesional en el discurso.

Su elaboración parte de los datos arrojados por el primer acercamiento al análisis de contenido, que orientó las interrogantes en función de conocer las causas de la configuración actual del contenido y la elección de los autores a entrevistar por su recurrencia al tema. El cuestionario resultante es de diseño original y fue validado mediante criterio de expertos.

Por último, se lleva a cabo una **Minería o Sondeo** de opinión en redes sociales para explorar las reacciones que la temática suscita en el público. Este se realiza, en un primer momento, de modo manual, mediante la lectura y registro de las posturas encontradas en los comentarios de la publicación, dependiendo del volumen total y su relevancia (dada por las interacciones y respuestas) hasta alcanzar la saturación teórica.

Si bien la tendencia actual es el análisis computarizado de estos factores, atendiendo fundamentalmente a la gran cantidad de información y el tiempo que requeriría su análisis exhaustivo, lo cierto es que la evaluación manual permite un acercamiento empírico a las percepciones que sobre las minorías étnicas tiene la audiencia, a la forma en la que se entienden las realidades ajenas y el modo en que se defiende la propia.

La visión que obtiene el investigador en este caso permite recabar el tono, la actitud o la opinión expresada, muchas veces escondida detrás de localismos, neologismos, sátira, ironía, sarcasmo, lenguaje figurado, tendencias y eslóganes discursivos de redes con significados concretos para el contexto, así como estrategias para evadir los filtros de censura como son el empleo de emojis o de palabras con vocablos sustituidos pero entendibles, en aras de no incurrir lingüísticamente en términos peyorativos y calificativos reprochables.

Este tipo de expresiones pueden ser difíciles de interpretar para algoritmos automatizados, los cuales también pueden tener dificultades para considerar el contexto en el que se expresan las opiniones –lo que puede ser crucial para entender el sentimiento detrás de un texto–, o para adaptarse a diferentes formatos y recursos hipertextuales.

Este acercamiento permitió establecer tópicos de polarización sobre la diversidad étnica y si existe una postura predominante; y aunque fue un acercamiento más lento y menos escalable, proporciona una visión cualitativa, más profunda y contextualizada sobre las opiniones y sentimientos despertados por el texto.

En un segundo momento se desarrolló una medición cuantitativa de términos más reiterados y sentimientos mediante Atlas.ti, Chat PDF Y Merlin herramientas digitales de Inteligencia Artificial que emplean algoritmos que identifican y extraen información subjetiva de los mensajes apoyándose en diccionarios de palabras (Busón, 2020). La revisión automatizada, minimiza el sesgo y la subjetividad del investigador y abarca mayor muestra en menor tiempo.

Con estas aplicaciones se trabaja a partir de la elaboración de bases de datos donde se reúnen los comentarios en ambas redes sociales en torno a grupos minoritarios (latinoamericanos, musulmanes, afrodescendientes, gitanos, diversidad cultural, comunidades autóctonas...), lo cual permite extraer, categorizar e inter-vincular datos de gran volumen y en diversos formatos. El software le ayuda a descubrir sentimientos respecto a dichos colectivos.

4. Resultados.

4.1 La diversidad étnica representada

Una de las características de la representación de la diversidad étnica obtenida mediante el análisis de contenido es justamente que esta no es uniforme. Las construcciones que sobre los diferentes colectivos se hacen, varían dependiendo de los contextos, la política editorial y las percepciones preestablecidas sobre cada uno de estos.

Sin embargo, suelen existir estrategias discursivas predominantes. En este sentido, como aspectos formales de los textos, destacan el empleo de titulares enunciativos, afirmativos, informativos (presente en 30 de los 69 textos analizados), que muestran un breve panorama del hecho o personaje, sobre todo asociados a géneros como la noticia (19 trabajos) y el reportaje (14), de preponderante estilo periodístico también informativo.

En cambio, si vamos a las particularidades de cada red social, detectamos que esta tendencia en Instagram (IG) está ligeramente por debajo del empleo de titulares con citas directas e indirectas, que encabezan entrevistas (el género más empleado en total con 20) a personalidades o sujetos racializados. Esta elección es lógica si se entiende que en IG tienen mayor peso las figuras reconocidas y los famosos que los periodistas, y también por la preferencia de dejar contar al protagonista.

En cuanto a los post se puede decir que abundan aquellos que resumen el contenido del trabajo, seguidos de los que presentan información contextual, y en menor medida varios (14) que presentan una escena o narrativa de la vida del sujeto principal. Es por ello que las formas elocutivas más empleadas son la exposición –con mayoría absoluta– y la narración, respectivamente, y los actos del habla ilocutivos son fundamentalmente declarativos y expresivos.

El tipo de lenguaje es casi siempre natural, exceptuando las redacciones más técnicas de algunos artículos a partir de datos estadísticos y las literarias de algunos comentarios o crónica.

Uno de los aspectos más polémicos dentro del estudio de los textos corresponde a la estrategia de intencionalidad del autor, que si bien en su mayoría es meramente expositiva (49 trabajos) o

valorativa (en 11 textos), sí se encontró sensacionalismo o alarmismo en unos cinco titulares o resúmenes, además de dos construcciones abiertamente beligerantes. En estos casos, los autores apelaron o resaltaron partes de las entrevistas o textos que no necesariamente tenían un gran peso dentro del relato pero que evidentemente generan debate entre los lectores o posicionan temas de la agenda editorial, como es el caso del racismo.

El empleo de titulares tendenciosos como estrategia para generar posicionamiento, interacciones, accesos al sitio web o comentarios, puede apreciarse claramente en trabajos como “Pronto habrá más latinoamericanos que europeos. Estas son las implicaciones”, publicado en Facebook y el sitio web en enero de 2023. Este título genera una mala interpretación en los lectores, quienes entendieron que, siendo El País un medio español, el crecimiento de la población al que alude sería en el ámbito nacional –con un futuro próximo en el que los foráneos superarían a los europeos en España– y no de América Latina respecto a Europa.

Por otra parte, las entrevistas a la chef María Marte y al cantante Marwán resaltan en la titulación la discriminación racial sufridas, sin embargo, estas experiencias no tienen un gran peso dentro del trabajo general. De hecho, que a María Marte en sus inicios la llamaran negra o la dominicana (término que el título omite) pareciera más discriminación e invisibilización profesional que discriminación racial en sí.

Igualmente la entrevista a la actriz Carolina Yuste, nombrada “En una serie me dijeron que yo no daba el corte de clase alta. ¿Tú qué sabes si mi abuela era millonaria?”, que presenta una actitud un tanto beligerante, en el texto completo se suaviza cuando la propia intérprete refiere que, después que le dijeron eso, se detuvo a pensar y a entender al personaje que luego le valiera un premio Goya.

Otras entrevistas como las de Ian Gibson, Hugo Sánchez y Carlos Vives o la historia de vida de Laurence Paul Cunningham, resaltan la diferencia étnica o la preferencia por el mestizaje. En el caso del primero también desde el titular del post, mientras que, en el texto web, este tema tiene un lugar menos preponderante.

Además de estos casos, otros posts presentan ciertos desajustes con el respectivo trabajo referencial en el sitio web, y si bien algunos solo presentan un título ligeramente diferente, otros como “Los venezolanos se han convertido por primera vez en la población extranjera predominante en Madrid” incurren en remarcar a un colectivo, que en el texto no tienen protagonismo (este trabajo habla de toda la población latina residente en Madrid y no de los venezolanos en particular).

Un suceso similar ocurre con “El rey Felipe VI: ‘Es importante que sintamos el orgullo por un pasado que ha trascendido nuestras fronteras’”, texto que en realidad va de la presentación del Portal de Historia Hispana de la Real Academia de Historia, hecho noticioso fundamental que se omite en la información presentada en Facebook.

En sentido general, podemos encontrar como protagonistas principales a los sujetos racializados con actitud positiva, sea de forma individual, en grupo o en familia que tienen presencia en 30 trabajos, en contraposición de aquellos con una actitud no lícita o cuestionable

presentes solo en nueve. Son justamente este tipo de sujetos las fuentes principales, seguidas de representantes institucionales, fuentes documentales (investigaciones, datos estadísticos e informes) y otros protagonistas.

En cuanto al uso de recursos digitales, se aprecia una diferencia connotativa entre ambas redes sociales, debido a que el 95 por ciento de los trabajos en Instagram emplea emojis como el tachón para sugerir la presencia del enlace en la bio, la manito con pluma para identificar el autor y la cámara para identificar al fotógrafo o camarógrafo, además de @tags ocasionales (cinco veces) de enlaces a los autores o fotógrafos. Sin embargo, estos recursos son muy poco empleados en Facebook que, en 51 trabajos analizados, solo se encontraron dos hashtags (#hemeroteca y #cartasaladirectora), un enlace a la sección PlanetaFuturo y el empleo de emojis en dos textos.

Asimismo, los textos de El País son habitualmente contenido original y solo en nueve ocasiones se detectó una reelaboración de la noticia a partir de lo publicado en otros portales o agencias de prensa. Las secciones, usualmente, no son identificables desde las publicaciones en las redes, salvo en los casos obvios de deportes, cultura o algunos textos de Facebook debidamente nombrados –Cartas a la directora, opinión o crítica encabezan tres publicaciones.

En cuanto a los aspectos formales de las imágenes y videos podemos destacar que la elección de escenarios montados o representativos (31 trabajos) es casi tan común como los escenarios reales (36), existiendo más diferencias en Instagram –donde abundan más escenas reales (11) que representadas (7). Dichas representaciones ocurren fundamentalmente durante el día y la tarde y, por lo general, muestran a los protagonistas de la historia.

Estos hechos le confieren mucha verosimilitud a las fotografías, una condición presente en casi la totalidad de las imágenes, exceptuando una, evidentemente realizada en estudio, y otra con una gran carga de efectos visuales incorporados. Este último aspecto (los efectos) también tiene poca presencia en las fotos de diversidad étnica en El País, reservado casi exclusivamente para el difuminado de rostros de los acusados, la representación de movimientos rápidos en temas deportivos (atletismo), los recortes de viñetas (fotos de personalidades), el filtro blanco y negro para dar dramatismo o fuerza –en este caso por la personalidad de Antonio Agujetas–, la interactividad de algunos mapas y los collages para las multientrevistas.

Sin embargo, un elemento que pudiera atentar contra la correcta acogida de las imágenes sería el abuso de las fotos posadas, ya que el estatismo posado es la postura más común entre los representados en ambas redes (25 veces en total y porcentualmente más en Instagram que en Facebook), seguida de la acción moderada (18), la acción rápida (15) y finalmente el estatismo físico (11).

Los sujetos mostrados asumen diversos gestos y actitudes entre las que destacan la naturalidad, la firmeza, lo indeterminado y la alegría.

Como aspectos técnicos de las fotografías pueden mencionarse el predominio de los planos general (20 fotos), medio (16), americano (12) y primero (10) fundamentalmente; del ángulo neutro (52 imágenes); el punto de vista frontal (36), la presencia de luz natural, neutra, la nitidez alta y el contraste medio.

La composición de las imágenes se divide en simétricas y asimétricas al cincuenta por ciento, la mayoría muestra objetos complementarios y ajuste al contenido del post, exceptuando en este último aspecto unas tres historias. La primera, la publicación en Facebook sobre la dificultad para el aprendizaje de lenguas comunitarias en favor de idiomas extranjeros, cuya foto principal muestra solo uno de los entrevistados, sentado en un área exterior, lo cual constituye una representación incompleta o desbalanceada respecto al texto.

La crónica “El valenciano: una herida convertida en éxito” sufre la misma discordancia, pues va acompañado de una imagen que muestra a una mujer en un almacén de manipulación de naranjas automatizado, cuando la experiencia narrada se ubica en los años 70 del siglo pasado y versa sobre el aprendizaje del valenciano por migrantes andaluces.

Por último, el extracto de video mostrado en Instagram del trabajo “Cinco migrantes, cinco miradas al racismo laboral en España”, no alude en ningún momento a la obra de teatro, que es en esencia la noticia y la justificación que ha unido a las cinco mujeres para hablar de sus experiencias de discriminación laboral.

Sobre los textos complementarios en las imágenes podemos ver que es un elemento estructural dentro Instagram, con la totalidad de trabajos con título, marca de agua y en ocasiones, nombre de entrevistado incorporado a la imagen; sin embargo, este hecho no es muy común en Facebook.

Estas estrategias reflejan particularidades de cada red social: Instagram, por ejemplo, se distingue por mantener al usuario consumiendo contenido en la plataforma –al no generar enlace a otros sitios te ofrece un resumen de los textos pero no genera otras entradas webs–, en tanto Facebook al ofrecer enlaces y accesos directos sí redirecciona vistas y lecturas hacia páginas digitales.

En la selección de publicaciones analizadas se incluyen tres videos. Además del ya mencionado sobre la obra de teatro de cinco mujeres migrantes, están el reportaje audiovisual sobre un padre marroquí que entró ilegalmente a España junto a su hija con la esperanza de salvarla de una enfermedad sin cura y el video amateur testimonial en una sucursal del banco Sabadell, en la que un migrante senegalés reduce a un asaltante. Estos videos son bastante simples en su edición (el último de ellos se toma de las redes sociales), incluyen como movimiento de cámara el travelling y el paneo, solo cortes o plano secuencia y las voces como sonidos, además de una música de fondo en el caso del padre que batalla para curar a su hija.

Ahora bien, como se había dicho, dentro de la diversidad étnica representada en El País en el año 2023 se pueden distinguir once grupos minoritarios y subtemas compuestos por publicaciones de características comunes en sus contextos de representación y sus representados, que los distinguen de otros.

Por ejemplo, el **colectivo afrodescendientes**, estuvo presente en ocho textos, y en al menos cinco de ellos hubo una fuerte influencia de los sucesos con Vinicius Jr. en el campo de fútbol y sus declaraciones posteriores, que es uno de los hechos abordados. A partir de esto, figuras como la actriz y guionista Beatriz Mbula, la escritora Desirée Bela y el periodista y activista

Moha Gerehoe concedieron entrevistas al medio para transmitir sus experiencias con el racismo, más común de lo que las personas en España imaginan o reconocen.

Otro trabajo que presenta en parte la normalización de la discriminación de la comunidad negra en España y sobre todo en el deporte, es la historia de vida de Laurence Paul Cunningham, quien fue en su momento uno de los fichajes más caros del fútbol español.

Por último, están en este grupo la entrevista a la chef María Marte que, como ya se ha explicado, no necesariamente presenta una experiencia de discriminación racial, aunque el titular así lo resalte; la actuación del joven migrante senegalés contra el atacante del banco Sabadell; y las experiencias de Elizabeth, una testigo protegida, víctima de trata y explotación sexual por su propio padre, que es reubicada con sus hijos en una zona de la “España vaciada”.

Un subgrupo (**racismo-clasismo**) se compone de unos cinco trabajos y está también influenciado parcialmente por los insultos racistas a la figura de Vinicius. Entre los textos encontramos la entrevista Hugo Sánchez, otro futbolista –esta vez mexicano– que sufrió discriminación durante su estadia en España; un conjunto de pequeñas entrevistas a cinco migrantes de diferente origen étnico que según declaran reciben micro cuotas de un racismo extendido y normalizado (Las caras del racismo cotidiano: “No me agreden, lo recibo de una manera más sutil”) y la entrevista a la atleta de triple salto Ana Peleteiro, quien ante las declaraciones de Vinicius de que España era conocido como un país racista respondió que en realidad es un país clasista.

El clasismo también ocupa un lugar preponderante en la entrevista a Carolina Yuste, quien explica que muchas veces la han encasillado en personajes marginales o de poca cultura por su aspecto físico, su piel morena.

Por último, se presenta al hablar de una obra de teatro un panorama de discriminación laboral hacia mujeres (latinoamericanas), quienes son segregadas por su acento o su aspecto físico y que, además, suelen ser agredidas por personas de un estatus económico superior.

En estos segmentos, los trabajos de El País develan una preferencia para hablar de los temas raciales a partir de figuras y personalidades empoderadas, que reivindiquen la minoría étnica y le den peso al relato, pero pocas veces se contrastan estas narraciones con cifras de denuncia o declaraciones institucionales que hablen de la respuesta gubernamental ante el racismo, ni con investigaciones que expongan las causas y consecuencias del fenómeno.

Otro gran conjunto presente en los trabajos de El País son los **latinoamericanos**, evocados desde la mezcla cultural y la migración. En el primer ámbito se destaca, por ejemplo, el aporte del cajón peruano al enriquecimiento del flamenco (“Cádiz y Perú, dos lugares unidos por el cajón flamenco”) y sale a relucir, además, la hispanidad llevada a América mediante la conquista, tema que suele obviar los prejuicios humanos ocasionados a las comunidades originarias americanas y africanas y las consecuentes diferencias económicas y sociales que el proceso generó hasta hoy.

La migración latinoamericana en España es representada desde diferentes realidades: el enriquecimiento gastronómico, la integración de inmigrantes a selecciones deportivas nacionales, el crecimiento de la densidad poblacional de hispanoamericanos en algunas

comunidades, los programas y acuerdos de alojamiento y convivencia para estudiantes de posgrado y la vulnerabilidad a la que se exponen las familias migrantes con salarios insuficientes para pagar renta o cuidar adecuadamente de los niños.

Esa imagen reflejada en el medio no es exclusiva de los latinoamericanos. Otro grupo de trabajos presenta las dificultades para conseguir alquiler de madres solteras migrantes y el hecho de que las extranjeras ocupan el 44 por ciento de los nuevos empleos, casi siempre los menos remunerados. En sentido opuesto se muestran las percepciones de los españoles sobre el aumento de residentes **extranjeros** que disparan los precios de la compraventa de viviendas y el modo de vida en nuevas zonas acomodadas, o sobre **turistas** y la actividad hostelera que amenaza el estilo de vida en áreas céntricas de Sevilla y Madrid.

Sin embargo, respecto a la **comunidad musulmana** (la de mayor representación en las redes sociales de El País) se teje otro tipo de narrativas, matizada por los ataques terroristas ocurridos en Europa, que son, además, usualmente utilizados como mecanismo de polarización política. En este sentido se muestran textos relacionados con delitos cometidos por musulmanes, sean o no terroristas. Uno de los más significativos fue los sucesos de Algeciras, cuando un extremista asesinó a un cura e hirió a otros feligreses en el nombre de Alá. A partir de entonces se comentaron los discursos –absolutistas y extremos al decir del medio– de Abascal que referencian dichos sucesos para pedir la disminución de la migración musulmana.

En sentido opuesto –y quizás para contrarrestar estos relatos– El País presenta trabajos en los que son los musulmanes los agredidos por militantes de la extrema derecha o han sido erróneamente acusados de yihadismo. Una tercera vertiente de representación son los casos humanitarios de refugiados que huyen de regímenes dictatoriales o buscan tratamientos médicos para sus hijos en España. Por último se percibe la integración de esta comunidad y sus descendientes en las figuras deportivas de la selección nacional de atletismo, en músicos, figuras gastronómicas o con la película ocho apellidos marroquí, un tanto cargada de estereotipos como señala la crítica cinematográfica.

Dentro de la representación de la migración en el medio también ocupa un espacio relevante el **tránsito ilegal**, sus riesgos y consecuencias. La imagen construida incluye el arribo masivo a Canarias de africanos –fundamentalmente subsaharianos, algo que contrasta con el hecho de que no es la población migrante de mayor presencia en España– en pateras, inseguras e insalubres y muchas veces acechadas por la muerte en el mar. Dicha imagen también se matiza con delitos de corrupción de oficiales en frontera, explotación laboral o de trata de personas. Además, se presentan las condiciones de vulnerabilidad a la que se exponen aquellos que no obtienen permiso de trabajo y que, por ende, no logran conseguir un empleo estable o vivienda –uno de los trabajos va de los riesgos de adicción y enfermedades mentales a los que se exponen estas personas que luego pudieran derivar en sucesos como los de Algeciras, teniendo en cuenta que el perpetrador tenía un historial de tratamiento psiquiátrico.

Otra de las minorías étnicas representadas en El País es el **colectivo gitano**. Ante todo debe aclararse que muchas veces el término gitano es empleado por personalidades y figuras que no necesariamente pertenecen a esta etnia, sino que emplean el término para evocar cierto comportamiento o característica cultural asociada a esta comunidad. En este caso pudieran

estar El DJ Tony, el gitano y la nueva figura del trap BB Tricks. El resto de los trabajos dedicados a este colectivo evocan por un lado los esfuerzos para minimizar su vulnerabilidad, la discriminación hacia y desde la etnia, la propensión hacia la violencia en algunos sectores y la influencia en la cultura nacional.

Sobre la **religión** específicamente se elaboraron solo dos textos, uno que presenta la disminución del número de creyentes (católicos al parecer), sobre todo practicantes y otro sobre lo cerrada que es la religión musulmana a su autorrepresentación desde el humor, contrario a lo que ocurre con el cristianismo, y lo anquilosado que sigue siendo su tratamiento por temor a herir sensibilidades.

Por último, las diferentes **comunidades autónomas** y la **diversidad** en sentido general presentan una realidad en la que se resaltan las diferencias económicas entre comunidades, la relevancia y utilidad de las lenguas cooficiales, así como el peso del flamenco en la cultura nacional (aunque siempre asociado a los andaluces), el mestizaje como proceso positivo de enriquecimiento y la necesidad de una educación inclusiva, diseñada también para estudiantes extranjeros.

Respecto a las presentaciones y estructuras dadas por el medio en las redes, puede señalarse que en Instagram se emplea más postales y carruseles; sin embargo, por limitaciones de la propia red, no incluye en el post el enlace al trabajo en el sitio web, sino que publica el link en la Bio. Esto dificulta y minimiza las entradas al portal por esta vía, por lo que muchas veces el público queda con una visión segmentada del trabajo, atraído por otros contenidos eminentemente visuales. Facebook, por el contrario, sí ubica el enlace como parte del post, por lo que redirecciona fácilmente al sitio web.

La narrativa suele ser crossmedia y multimedia –muchos trabajos se encuentran indistintamente en ambas redes–, pero por lo general se emplean pocos recursos hipermediales e hipertextuales.

En tanto, el abordaje de la diversidad étnica parece más bien como respuesta a hechos aislados o fechas señaladas, incluido en la agenda pero con un acercamiento superfluo. Muy pocas veces se elige el reportaje para hablar del tema o se analizan las causas y consecuencias del fenómeno; por el contrario, se opta por acudir a personalidades reconocidas para que hablen desde su postura.

El realce de la experiencia discriminatoria en los titulares, que en ocasiones no tiene gran peso dentro de toda la historia, hace reflexionar nuevamente sobre la necesidad de remarcar la diferencia y si esto no tiene un efecto bumerán en el receptor.

4.2 Mediaciones sobre el discurso

En la construcción discursiva que sobre la representación mediática de la diversidad étnica se hace en las redes de El País influyen factores al interior del medio –incluyendo lo relativo a la cultura, características e ideología de sus integrantes– y otros que van más allá de este. Según la encuesta realizada en el acercamiento a estos temas tienen mayor peso las mediaciones internas, si bien, por lo general, es la ocurrencia de sucesos noticiosos externos lo que estimula el tratamiento del tema.

Uno de los factores que incide en la posible unificación del tratamiento de estos temas es la existencia de un Libro de estilo, cuya última edición data de 2021. Este manual define a El País como medio independiente, con vocación de europeo y especialmente latinoamericano y es, al decir de los periodistas encuestados, el único lugar donde se pauta el abordaje de asuntos específicos como puede ser la diversidad étnica.

De este modo, en el apartado de expresiones malsonantes de dicho manual se dictamina que “nunca deben utilizarse palabras o frases que resulten ofensivas para una comunidad. Por ejemplo, ‘le hizo una judiada’, ‘le engañó como a un chino’, ‘eso es una gitanería’, ‘es una merienda de negros’, ‘le tiene un odio africano” (Grijelmo, 2021, p. 17).

Asimismo, el libro de estilo desaconseja el uso de términos estigmatizantes, que perpetúen estereotipos negativos o calificativos racializantes que sean innecesarios y no aporten a la información ofrecida (la encuesta a periodistas también indicó esta forma como el deber ser), aunque permite el uso de eufemismos como afroamericano.

La necesidad de mención de la distinción (color de piel, etnia, religión, comunidad, país de origen) aún genera cierto conflicto estilístico y ético en las páginas de este diario –como en muchos otros– que termina incurriendo en el uso de expresiones como “un senegalés”, “alterar la tranquilidad de familias gitanas”, entre otras, a pesar de lo antes expuesto.

Además, que exista el manual no es garantía absoluta de que su articulado se cumpla siempre. De hecho, en la sección sobre la titulación, se exigen títulos inequívocos, sin sensacionalismos, con claridad expositiva, de manera que el lector quede enterado de lo que ocurre sin necesidad de acudir al resto del texto, algo que el propio análisis de contenido detectó como falla en algunos trabajos.

A consideración de los encuestados, el tema se aborda seguido y generalmente responde a iniciativa periodística o encomienda del medio ante la ocurrencia de un hecho relevante y solo en pocas ocasiones ha existido un poco de dificultad en el acceso a las fuentes.

La encuesta –como también develó el análisis de contenido– indica que predomina un estilo informativo, quizás por la carga de trabajo y lo ajustado del tiempo de redacción, y el uso de fuentes institucionales/gubernamentales, documentales (investigaciones e informes) y protagonistas racializados.

Asimismo, es la entrevista la técnica de obtención de información más empleada, seguida de lejos por la revisión documental y en menor medida la observación. Tanto la elección del estilo, como de las técnicas y las fuentes, dependen fundamentalmente de la disposición del periodista, aunque en ocasiones puede incidir la planificación editorial o alguna solicitud de las propias fuentes.

Para la titulación, se prefiere una frase que resuma la historia, aunque algunos profesionales manifestaron también el uso de elementos particulares que llamen la atención del público, lo cual pudiera influir en la aparición de títulos sensacionalistas.

Las fotografías son el elemento más empleado para acompañar los textos y, en menor medida, los videos. Son realizadas y seleccionadas por el fotógrafo que participa en la elaboración del

trabajo con un propósito representativo. En las ocasiones en que no interviene fotógrafo la escoge la sección de fotografía con objetivos ilustrativos.

La retroalimentación sobre estos temas la realizan algunos periodistas revisando (a modo personal) los comentarios de los trabajos publicados.

Como elementos a tener en cuenta, en un tema tan permeado por la subjetividad y el imaginario personal como es la representación de la diversidad étnica, están las características personales de sus redactores y reporteros que son en su mayoría caucásicos, españoles y ateos. El colectivo entrevistado entiende, a modo general, la diversidad étnica como la presencia en la sociedad de personas de diferentes países o del colectivo gitano, que profesen distinta religión o hablen otra lengua, cuya representación en los medios ha aumentado en los últimos años, pero no con gran variación.

Podemos decir que como elemento habilitante en la construcción discursiva sobre diversidad étnica en El País está su política editorial –que evidentemente incluye el tema dentro de la agenda mediática– y la tenencia de un libro de estilo que marque pautas para su tratamiento. Del mismo modo, el peso del diario dentro del entorno mediático español -e hispano en sentido general- limita las dificultades con el acceso a las fuentes, sobre todo institucionales.

Como elemento que también favorece el acercamiento al tema, se puede mencionar el contexto mediático e institucional europeo y global que, al decir de los encuestados, está cada vez más comprometido con la representatividad de la diversidad toda.

Del mismo modo la manera como se aborda esta temática está alineada ideológicamente con las fuerzas políticas de izquierda, de peso en el grupo Prisa y en España.

Como elemento inhabilitante podemos mencionar la creciente y extrema polarización del público español, la disminución del consumo de noticias, fundamentalmente las llamadas “duras” (sobre temas sociales polémicos medulares) y a nivel interno del medio, la carga de trabajo que deriva a un tratamiento informativo casi de modo general.

4.3 Sentimientos encontrados

Conforme a lo que sucede en la representación, los sentimientos y opiniones sobre la diversidad étnica no son uniformes hacia todas las minorías y, por ende, vuelven a relucir los once grupos detectados. Lo que sí es común en este sentido es la existencia de una fuerte polarización, influenciada e incentivada desde los partidos políticos.

Sobre la **comunidad musulmana**, por ejemplo, el análisis manual de sentimientos detectó que tanto los sucesos de Algeciras y los pronunciamientos políticos de derecha derivados como la acusación de un joven por una violación, el ataque a una mezquita y la película “Ocho apellidos marroquíes”, generan, por una parte, opiniones que resaltan la presencia de esta comunidad durante muchos años en España; que con respeto, inclusión y atención a las vulnerabilidades y desigualdades se puede lograr la convivencia; y que es justamente el partido de ultraderecha (Vox) y los estereotipos supremacistas los que propone una imagen exagerada y agresiva de los practicantes del Islam, alimentada con manifestaciones de odio y discriminación.

En tanto, la contraparte habla de una manipulación del discurso por parte de El País –que omite la gravedad de los sucesos en Francia u otras regiones europeas donde dicha

También percibe posturas políticas polarizadas, cuestionamiento hacia los sistemas judiciales y su capacidad para juzgar con eficiencia, transparencia y justicia y críticas a los medios de comunicación por la forma parcializada en que informan ciertos eventos como la violencia en Francia, detectando descontento y desconfianza en la información proporcionada.

En sentido favorable advierte, aunque en menor medida, defensa de la convivencia pacífica y la diversidad cultural, el respeto mutuo entre diferentes grupos étnicos y culturales.

Si bien esta aplicación logra identificar correctamente sentimientos positivos (riqueza de la multiculturalidad y necesidad de convivencia pacífica) y negativos (discriminación), no pasa lo mismo con los neutrales, identificados en cifras y estadísticas sobre la comisión de delitos por parte de españoles e inmigrantes y las menciones sobre disturbios en Francia, los cuales en realidad también son sentimientos negativos que achacan a los migrantes la responsabilidad sobre la mayoría de los delitos y la violencia regional.

Otro de los grupos de trabajos que genera mucho debate y posturas contrapuestas es el dedicado a **migrantes ilegales**. El análisis manual develó que muchos textos que versan sobre las vulnerabilidades de los inmigrantes provocan que un segmento poblacional se sensibilice desde un enfoque de derechos humanos, solidaridad, análisis de las diferencias económicas regionales producto al saqueo y la colonización e incluso desde la comparación histórica de la recepción de españoles en América tras la guerra y la dictadura. Otros, por el contrario, claman por una migración legal y controlada, en el mejor de los casos; en el peor, piden que se devuelvan a sus países, acusando a los migrantes de invasores, mugre o asaltantes que vienen a recargar a los nacionales en pago de impuestos, a generar delitos o a disminuir opciones de empleo, en un país con alta tasa de paro.

Los trabajos que hablan de la explotación de trabajadores, corrupción policial o trata de personas (para vientres de alquiler) reconocen que no son fenómenos nuevos y que muchas veces dichas estafas se desarrollan por otros compatriotas. En tanto la comparativa entre el naufragio del Titán (submarino de recorrido turístico para ver el Titanic) y los de los cayucos y pateras en el Mediterráneo refieren que existe un tratamiento desigual por salvar unas vidas y otras, ya sea por el valor del dinero, por las capacidades de salvamento o porque algunos consideran que salvar a náufragos de viajes organizados por mafias no es responsabilidad del país destino y además genera un efecto llamada.

Los vocablos más repetidos identificados por Atlas.ti evocan la muerte en el mar y la búsqueda de mejores oportunidades de trabajo de las personas provenientes de África:

Figura 8. Nube con términos más repetidos en comentarios respecto a los inmigrantes ilegales



Las aplicaciones de inteligencia artificial empleadas mostraron una variedad similar de sentimientos y opiniones a las encontradas en el análisis manual, entre estos destacan la comprensión de las difíciles condiciones en las que muchos migrantes se encuentran en sus países de origen, con referencias a la violencia, la explotación, la falta de agua, atención médica y comida. Se menciona también el hecho de que los grupos de trata de personas se aprovechan de esta necesidad y desesperación.

Por otro lado, perciben una crítica hacia la migración ilegal, con menciones a problemas como la falta de trabajo digno para los españoles, la explotación laboral de personas necesitadas y la sobrecarga para el país receptor.

Respecto a los **latinoamericanos**, las opiniones van en tres sentidos: por un lado se habla del proceso de conquista y colonización y la consecuente disparidad económica y social, por otro de la herencia cultural compartida, intercambiada, enriquecida y por último de la dificultad de los migrantes para el acceso a oportunidades.

Una parte del público de El País es hispanoamericano e incluso en este se perciben dos posturas respecto al proceso colonial: unos aceptan, agradecen y reconocen los aportes culturales (idioma, tradiciones culinarias, costumbres) derivados, mientras que otros recalcan el exterminio, las vejaciones, el saqueo que sufrieron las regiones americana y africana, que hoy permite que Europa ostente mejores estados de bienestar.

Algunos lectores españoles refieren que antes del proceso de conquista española ya existía en América exterminio y explotación ejercida por tribus y civilizaciones prehispánicas, en tanto otros atribuyen el estado actual de la región a la corrupción de sus dirigentes, al robo, la delincuencia y la vagancia. Justamente en este sentido se nota un sentimiento de supremacía racial –no exclusiva de españoles sino de lectores blancos en general– que minimizan las culturas indígenas (también sus rasgos físicos y color de piel), su desarrollo al momento de la conquista y las consecuencias de la explotación, ya no solo en sentido económico, sino también en sentido humano, que además devela desconocimiento (algunos comentarios referían que los latinoamericanos no tenían nada que aportar, que los españoles legaron una “raza fuerte” e histórica y que de no ser por la conquista seguirían en taparrabos).

En torno al intercambio cultural, propiamente dicho, también se habla en muchos casos desde la supremacía europea. Sin embargo, textos como los referidos al cajón peruano en el flamenco, la integración de atletas de origen latinoamericano a las selecciones nacionales españolas, los programas de convivencia para estudiantes y el de la gastronomía americana, dan pie a que se comente el enriquecimiento cultural mutuo y la cercanía en hábitos y costumbres.

económico, sí se puede sobrentender que en la mayoría de los casos, tener conocimientos de ciertas normas protocolares, buena vestimenta y, en ocasiones acceso a la educación de calidad, depende del estatus y poder financiero.

Así mismo, se evidencian preconcepciones que juzgan el valor de las personas por su procedencia regional y en general por su prototipo –visto desde la supremacía racial y regional europea– al punto de que los españoles que emigran a latinoamérica son bien vistos y aupados hacia empleos de relevancia, no así los migrantes latinoamericanos o de otra región. Además, se menosprecia las culturas identitarias e históricas africanas y latinoamericanas, y se considera que hoy las personas son extremadamente sensibles (“de cristal”) al ofenderse ante insultos que siempre se han dicho pero que antes aparentemente no afectaban tanto (naturalización).

Por último, se muestra un espíritu conciliador, que llama a dejar a un lado las diferencias y hablar del pasado y la diversidad con respecto, reconociendo que el racismo no es un problema solo para los migrantes y las personas de etnia distinta, sino que afecta a toda la sociedad.

Las aplicaciones de inteligencia artificial detectaron sentimientos de indignación no solo ante el racismo sino también ante los intentos de muchos migrantes de disimular su origen en respuesta a los insultos u ofensas recibidas; de frustración ante las experiencias similares a las descritas por los protagonistas; de empoderamiento o resiliencia, en sentido que muchos cobran más fuerza o ponen más empeño en triunfar ante los insultos y de solidaridad, cuando muchos comprenden las experiencias discriminatorias, incluso si no las viven directamente.

Figura 11. Nube generada con Atlas.ti de términos más repetidos en comentarios respecto al clasismo.



Sobre el tópico **extranjeros**, el análisis manual detectó que existen una serie de inconformidades de los usuarios con la Ley 12/2023, de 24 de mayo, sobre el Derecho a la Vivienda, que derivan en varias problemáticas. Muchos nacionales argumentan sentirse desprotegidos ante el fenómeno de gentrificación –entendido por la Real Academia de la Lengua Española (2024) como el proceso de renovación de una zona urbana, generalmente popular o deteriorada, que implica el desplazamiento de su población original por parte de otra

de un mayor poder adquisitivo—, .acaecido en Madrid, Sevilla, Barcelona, Alicante, Baleares y otras provincias del país.

Consideran que los artículos contemplados en la Ley de Vivienda impulsada por el gobierno prioriza a toda costa el desarrollo de la hostelería y el turismo, al punto de quedar desprotegidos, dado que las urbes pasan de ser comunidades habitables a zonas de tiendas y negocios, de modo que se encarece el precio de la vivienda, los alquileres y la vida en general, por lo cual los vecinos deben desplazarse a poblados rurales o periféricos.

Este proceso se ve favorecido, generalmente, por las brechas salariales existentes entre los españoles respecto a otros convivientes del espacio europeo, y las facilidades que encontraron personas adineradas de otras regiones mediante la Visa de Oro aprobada en 2013 por el Partido Popular, que les permitía obtener un estatus regular a cambio de la compra de un activo inmobiliario en España de un precio igual o superior a los 500 mil euros. Vale destacar que, si bien el gobierno inició en abril de este año los trámites para modificar esa Ley, al cierre de 2023 se habían otorgado 14.576 permisos.

En los comentarios se observan posturas de preocupación por la “extinción de las comunidades”, otras más radicales que asumen “la toma de España por los extranjeros” y algunas en tono burlesco como la del usuario de Facebook, Cesar Moreno, que exponen las “ironías de la vida: España poco a poco está dejando de pertenecer a los españoles. 1492 razones para entender lo que está sucediendo”.

Otra de las inquietudes debatidas por los internautas es la marginación hacia personas con hijos pequeños al buscar alquileres , máxime si son latinos o árabes, así demuestren fondos suficientes y una estabilidad laboral. El argumento de los propietarios se centra en el desamparo vivido ante la Ley de Vivienda debido a que, si los inquilinos pierden el empleo o algunos de forma intencionada alquilan y determinan no pagar pasados algunos meses, no les pueden sacar del inmueble porque, al haber menores por medio, la familia queda en estado de vulnerabilidad. Añaden que incluso se han dado casos extremos en los que los inquilinos han declinado el pago de servicios de agua, electricidad, gas y la comunidad.

Si bien han sucedido estos hechos como los descritos, no es la generalidad, como sostienen muchos usuarios. Pero las actitudes xenófobas y discriminantes continúan y cada vez son más los propietarios que, a decir del internauta de Instagram, @montalvolu, “prefieren alquilarle a gringos que pagan en dólares los Airbnb aunque destrocen las casas”.

La discriminación también se hace presente en el aspecto laboral, dado que muchos extranjeros de recursos limitados son relegados a los puestos más desfavorecidos o rechazados por los nacionales. Ello suscita posicionamientos racistas y supremacistas, aunque una parte de los españoles lo niegue y asuma que “tan mal no se les tratará cuando no paran de llegar”, como comenta el usuario de Facebook, Enrique AL.

Sobre la recepción del gobierno a extranjeros y las ayudas a los que presentan situaciones de vulnerabilidad, se suscitan debates inclinados a la suspensión de toda asistencia y a la devolución a sus países de origen, pues entienden que son los nacionales quienes, con sus tributos, están corriendo con esos gastos. Sin embargo, otros recuerdan cómo fueron acogidos

clasismo, aludiendo que el reconocimiento queda reservado para los miembros de la comunidad que tienen dinero.

En menor medida también está presente en los comentarios la autodefensa, mediante la cual algunos gitanos explican que no todos son iguales y que muchos de los comportamientos que se critican son por incomprensión de su cultura y tradiciones, así como algunas expresiones de apoyo a las buenas iniciativas, la valoración del mestizaje como ganancia y del aporte de la etnia a la cultura española.

Una vertiente más neutral de los comentarios se pregunta sobre la necesidad de señalar la distinción –uno de los conflictos éticos más presentes en el tratamiento de temas sobre diversidad–, mención que quizás implique exclusión en sí misma y que despierta en los lectores la sensación de que el reconocimiento va más asociado a la distinción que al mérito propio o al talento.

En tanto, en trabajos como los de BB Tricks y Toni, el gitano, el término es empleado más por cuestiones publicitarias, asociándolo al poder ganado a la fuerza, leyes propias o modo de vida desenfrenado.

Figura 13. Nube generada con Atlas.ti de términos más repetidos en comentarios respecto a los gitanos.



El análisis con inteligencia artificial (IA) identificó muestras de aprecio y admiración hacia la cultura gitana, que destacan su contribución a la literatura, la música, el folklore, el cine, el deporte y arte en general. Mientras que en sentido negativo detectó insultos y vejaciones dirigidos hacia esta comunidad, que hacen generalizaciones basadas en prejuicios. El análisis mediante IA identifica como más reiterada la primera postura, lo cual no coincide con el análisis manual. Esto puede estar motivado por las dificultades del algoritmo para identificar la ironía y las expresiones contextuales.

Las **minorías nacionales y comunidades** encuentran en El País un acercamiento desde lo económico y lo cultural. En el primer aspecto se reconocen las brechas y diferencias en cuanto a salario promedio, renta, nivel de vida, servicios y estado de bienestar que a su vez responden a disparidades en las inversiones, la diversificación del empleo y la producción y en la gestión

mismos patrones”, resuelve. Otros muestran su apatía de cara a la religión y hasta se valen de la ironía y el sarcasmo para abordar el aumento de fieles islámicos: “Qué proeza. Qué orgullo y satisfacción. ¿No? Un mundo occidental descreído lleno de musulmanes devotos. Qué no nos pase nada”, como expresa en la misma red social @arantxa7025.

Sobre la presencia del islam en televisión desde el humor, se considera muy difícil producto a que muchos de sus devotos son cerrados y convencionales, y herir sensibilidades puede tener un efecto provocativo.

Figura 16. Nube generada con Atlas.ti de términos más repetidos en comentarios respecto a la religión.



Según el análisis de sentimientos con herramientas digitales, figura un sentimiento crítico y desconfiado hacia la institución de la Iglesia Católica y una incongruencia entre ciertas prácticas religiosas y los valores éticos. Incluso, cuestionan la influencia de la Iglesia en la educación, con opiniones que abogan por sacarla del sistema educativo.

Se señala además la hipocresía de algunas prácticas, como el contraste entre la labor de Cáritas para ayudar a los necesitados y la riqueza que poseen ciertas instituciones religiosas.

Sobre los cuestionamientos sobre la fe y la moral, se plantea la necesidad de educar en valores morales más allá de la religión, argumentando que la educación en casa y los valores éticos tienen un papel fundamental en el desarrollo de las personas.

En general, los comentarios sobre diversidad develan que muchas veces remarcar la distinción o la experiencia de discriminación en los titulares tiene un efecto saturación o bumerán en los lectores, quienes cuestionan el peso de dicha experiencia o suponen que el tratamiento de estos temas es más cuestión de tendencias o victimización que de un tratamiento necesario. Asimismo, este hecho hace pensar en cuándo es necesario remarcar la “diferencia” y si esta verdaderamente aporta a la historia.

Otro elemento que llama la atención es que no existe intervención del medio en los comentarios, ni para aclarar malinterpretaciones de los trabajos –muchas veces ocasionada por construcciones textuales erradas o sensacionalistas– ni para orientar el debate hacia un sentido de la historia con argumentos que desmitifiquen estereotipos y minimicen el odio. Esto limita la educación desde los medios respecto a temas raciales y migratorios, carentes de una estrategia que respalde su tratamiento profundo y la continuidad del abordaje a partir de las dudas o percepciones de los usuarios.

Destaca como herramienta de los lectores a la hora de emitir sus comentarios, el empleo de enlaces a otros medios o generadores independientes de contenido para redes sociales, tanto para refutar lo expuesto por El País, como para reforzar su criterio.

Aunque no es mayoritario, también se puede encontrar en las respuestas de los usuarios autorrepresentaciones que afianzan los estereotipos racistas y discriminatorios, que hablan desde la subvaloración de una etnia o la supremacía racial y cultural europea.

La mayoría de los comentarios revelan que no se accede al contenido noticioso de la web, sino que se debate desde los resúmenes de los post, minimizando aún más la labor de los medios y alertando sobre la necesidad de construir publicaciones explicativas y claras, si se pretende informar debidamente al público.

Otros fenómenos comunes son la polarización extrema en redes, el predominio de un discurso desde la alteridad y el empleo de cuentas falsas, en aras de evitar la sanción social sobre el racismo más biologicista y/o explícito.

Buena parte del discurso desde la otredad clama por una adaptabilidad de la población objeto de valoración y representación no solo a las normas sino también a las tradiciones de la mayoría, en tanto otro segmento discursivo se enfoca hacia el límite de las capacidades de recepción y asistencia del país destino, sin que afecte la ya “desgastada” economía, el estado de bienestar y las oportunidades (umbral de tolerancia) para los nacionales.

Otros tópicos de debate son la pureza racial –europea o española– en contraposición al mestizaje; los derechos, responsabilidades para con la nación y el sentido de pertenencia que pueden o no tener los inmigrantes; el valor de la cultura propia o mayoritaria por encima del de la minoritaria; las vulnerabilidades generadas a partir de la falta de servicios, la marginación (muchas veces reproducida de generación en generación, más que por limitaciones de acceso) y pobreza; los efectos de la colonización y el desarrollo regional desigual en contraposición con la responsabilidad de los residentes actuales en la ineficiencia y la corrupción de otras partes del mundo; y la generalización de los comportamientos negativos cuando en realidad solo una parte de la etnia los manifiesta.

En cierta medida se pudo identificar discursos de odio, que esquivan filtros de control y censura al emplear emojis, palabras con letras cambiadas pero entendibles, construcciones lingüísticas locales o regionales con sentido semántico peyorativo.

5. Discusión

Por la variedad de grupos que incluye, es difícil encontrar investigaciones que analicen la diversidad étnica en general. En su lugar, se estudian de manera segmentada los colectivos que pudieran componerla, entre ellos migrantes (latinoamericanos y musulmanes), afrodescendientes, comunidades autónomas, asociaciones religiosas, gitanos.

Antonia Olmos Alcaraz (2018) en su artículo “Alteridad, migraciones y racismo en redes sociales virtuales: un estudio de caso en Facebook” coincide en que los sucesos que más motivan el abordaje de estos temas son sucesos noticiosos y condicionantes externas, en este caso la entrada de población migrante en situación administrativa irregular, a través de la frontera.

Según declara en su indagación, en los días en los que se producen los hechos, los medios de comunicación en general –y las redes sociales en particular– se inundan de debates que aluden al umbral de tolerancia desde la alteridad y, en menor medida, de algunos discursos racistas.

En su caso, las noticias analizadas incurren en términos racistas y estereotipos que asocian al migrante con el delito o comportamientos transgresores (“asalto a la valla”), algo que no sucede en El País, medio que mantiene, gracias a su libro de estilo y orientación política, un lenguaje políticamente neutro. Sin embargo, en ambos casos los tratamientos suelen ser superficiales e informativos.

Jaramillo Dent (2022) explicaba también que en la representación de los migrantes en Instagram se percibe un posicionamiento del generador de contenidos como participante pasivo, como testigo externo de los acontecimientos, sin presentar historias de vida sino su postura ante el fenómeno, desde la humanidad y la legalidad. Sin embargo, en El País se

apela más al discurso personal e individual como estrategia de reivindicación, discurso que pocas veces se pone a debatir con las percepciones institucionales o sociales.

Sobre la recepción de los mensajes, Alcaraz (2018) insiste que aunque se suele entender el derecho a migrar, se ve al inmigrante como enemigo, como carga social que compite por el acceso a la asistencia o implica desgaste de recursos, que es a su vez la postura desde la alteridad más detectada en los comentarios de las publicaciones ahora analizadas. Ello no descarta la presencia de discursos supremacistas, abiertamente racistas.

Respecto a la comunidad musulmana, la investigación “Las minorías étnicas en los medios de comunicación españoles” declara que “poseen todas las características para ser el “otro” de la sociedad española: son pobres, vienen en busca de empleo y están muy poco o nada cualificados” (Sobrados-León, 2006, p. 146), alejados idiomática y culturalmente de la sociedad española. Pero en El País, el discurso trata de mantenerse neutral incluso en medio de un contexto de resentimiento por el aumento de actos terroristas y de confrontación de esta comunidad con los gobiernos e instituciones en Europa. En este sentido, el medio apela más por un enfoque meramente informativo o a hechos y figuras que demuestren que el comportamiento agresivo no es propio de toda la comunidad y que muchas veces responde a vulneraciones de derechos.

El colectivo gitano, según el artículo “La representación de los gitanos en la prensa española” (del Río-Pedraza, 2011) es asociado usualmente con la marginalidad, la vulnerabilidad, el nomadismo y la transitoriedad, la vagancia, la pobreza, la ilegalidad, el analfabetismo y la violencia como una propiedad del grupo social. Hoy El País, si bien habla desde la reivindicación de esta comunidad, en tanto refleja historias de éxito o iniciativas de inclusión, no puede evitar señalar la falta de oportunidades y precariedad, la susceptibilidad a la confrontación, al embarazo adolescente o las adicciones, la discriminación desde y hacia el exogrupo.

Los comentarios digitales que se tejen sobre esta etnia reflejan antigitanismo como expresara también el estudio “Representaciones sociales de la comunidad gitana en los comentarios de la prensa digital española: estudio de caso en el contexto de la pandemia de COVID-19”, de Muyor & Segura (2020).

Como aspecto positivo respecto a latinoamericanos y afrodescendientes puede señalarse la inclusión en la esfera pública nacional de colectivos antes silenciados, y aunque se sigue reflejando a los hispanoamericanos como mano de obra barata, ahora también se evoca su aporte fundamental a la economía y la sociedad española (Dallempagne et al, 2012). El reflejo por parte de El País del microrracismo normalizado supone una transformación en los debates sobre este tema y abre nuevos espacios políticos de lucha ciudadana y de negociación política. Sin embargo, este medio no escapa del discurso hegemónico que obvia el hecho de que las condiciones actuales son la herencia directa de las disparidades de un proceso de conquista y explotación.

En sentido general todos coinciden con la presente investigación en que el tratamiento superficial y limitado de los medios genera una desinformación que junto a los estereotipos

formulados contribuye a la perpetuación y refuerzo en el imaginario colectivo de concepciones racistas, clasistas y xenófobas.

Limitaciones

Uno de los riesgos a los que se expone la presente investigación, son los posibles errores de las API y del buscador de Facebook, que pueden, por cuestiones técnicas y algorítmicas, obviar resultados de búsqueda por palabras claves, dejando fuera del recuento trabajos relacionados con el tema.

Otros obstáculos de la investigación lo suponen las restricciones de ambas plataformas ante temas y expresiones sensibles y discriminatorias. Aunque parezca contradictorio, la limitación automática de estos vocablos o los comentarios que los emplean a veces impide o veta trabajos y opiniones profundos que muestran experiencias de migrantes o personas racializadas sometidas a tratos violentos y discriminatorios.

Entretanto, otra particularidad está dada por una característica propia de las redes sociales virtuales: el anonimato, que se relaciona con la construcción de una identidad digital “a medida”, proyectada a través de seudónimos, alias, avatares o apodos. Esta situación propicia que las reacciones a las construcciones discursivas de los medios puedan ser más lacerantes y provocativas, sin temor a la sanción social o penal y que, por ende, se aleje de lo que ocurre en el escenario físico.

6. Conclusiones

El presente trabajo mostró que la representación de la diversidad étnica en las redes sociales de El País durante el 2023 no es uniforme y responde a la ocurrencia de hechos específicos, principales motivaciones para el tratamiento de estos temas. Se lograron identificar once subgrupos étnicos, muy diferentes en su abordaje, según el contexto social y la postura del medio respecto al tópico.

De este modo, la representación de comunidades como los musulmanes, los migrantes ilegales (casi siempre subsaharianos) y los gitanos, surgen en respuesta a las narrativas discriminatorias que achacan a estos grupos la inestabilidad, el desmoronamiento cultural y la pérdida de tradiciones cívicas, el aumento de la violencia, la disminución en los resultados académicos, el consumo de drogas, la perpetuación del machismo y del delito. El discurso de El País tiende a mostrar las condiciones de vulnerabilidad de estas comunidades o la integración a la sociedad de sus representantes una vez se convierten en figuras de peso.

Respecto a los latinoamericanos y los afrodescendientes se narran historias reivindicativas, que hablan de microrracismo normalizado y de clasismo, en tanto los extranjeros son representados como competencia en la búsqueda de empleo o acceso a viviendas.

Las comunidades autónomas, la diversidad, el flamenco y la religión son vistos como parte de la cultura, suelen existir estrategias discursivas predominantes.

Como aspectos formales del discurso destaca el estilo informativo, que suele dejar fuera del análisis, las motivaciones e implicaciones del fenómeno. Se prefiere dejar hablar a los

representantes (desde la entrevista) o reconstruir hechos noticiosos y entre las imágenes predomina el estatismo posado y físico, el primero como estrategia reivindicativa, el segundo para la presentación de personajes.

Si vamos a las particularidades de cada red social, detectamos que no existe una gran diferencia en el tratamiento en una y otra. De hecho, muchos trabajos son publicados indistintamente en ambas redes y las disparidades detectadas van asociadas a las configuraciones de las plataformas, a su consumo por parte de la población. Las únicas distinciones que se pudieron observar es que Instagram es una red mucho más visual (por ende tiene mayor calidad de las imágenes), donde los famosos tienen mayor peso en las narrativas (se publican más entrevistas y fotos posadas de figuras reconocidas) y que emplea recursos como los @tags. Facebook ofrece, por su parte, mayor redireccionamiento y volumen de comentarios por su posibilidad de adjuntar enlaces al sitio web y ser la plataforma sociodigital más empleada a nivel mundial.

Las mediaciones internas (ideología del medio y sus profesionales, libro de estilo, agenda mediática, disposición de los profesionales) predominan en cuanto a influencia en la construcción discursiva, generalmente propiciando el tratamiento del tema, aunque la carga de trabajo y lo ajustado del tiempo pudieran determinar el tipo de abordaje.

Desde lo externo influyen la ocurrencia de hechos (contexto social) como principal estimulante para la redacción sobre la diversidad étnica, al igual que el clima de polarización política.

Entretanto, en los comentarios también se percibe una polarización extrema, que es justamente lo que motiva el debate desde tendencias opuestas respecto a la diversidad étnica. Aquellos que manifiestan desaprobación y descontento respecto al tema migratorio, la comunidad gitana o musulmana, muchas veces incurren en discursos de odio que se amparan en el anonimato proporcionado por las redes sociales.

Implicaciones

Al medio de comunicación:

- Fomentar un discurso interpretativo y proactivo sobre la diversidad étnica, basado en experiencias de vida que dialoguen con los datos y percepciones de las instituciones y la población en general
- Emplear los recursos hipermediales para una mejor visibilización y comunicación del tema
- Evitar el empleo de sensacionalismos y el realce de la distinción si no es necesario o medular en la historia contada, ya que pudieran tener un efecto contrario en los receptores (saturación o idea de victimismo, más que verdadero talento)
- Facilitar el acceso e información para asentar denuncias racistas y discriminatorias
- Intervenir, de ser necesario, en los comentarios de las redes sociales para aclarar posibles malinterpretaciones y a la vez emplear estos espacios como foros y fuentes de trabajos complementarios.

-Vincularse y visibilizar en las redes a grupos de la sociedad civil antidiscriminatorios para maximizar la labor educativa.

A la academia:

-Fomentar otras investigaciones sobre representación y autorepresentación de la diversidad étnica hecha por otros actores (influencers, youtubers, instituciones), en aras de analizar la representación social sobre este tema

-Extender la investigación a otros medios y redes sociales para lograr una comparativa entre plataformas y agendas mediáticas.

7. Bibliografía

Adoni, H., & Mane, S. (1984). Media and the social construction of Reality. Toward an integration of Theory and Research. *Communication Research*, 11, pp. 323–340.

Álvarez-Gayou, J.L. (2003). *Como hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología*. Paidós. México.

Araya-Umaña, S. (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. *CUADERNO DE CIENCIAS SOCIALES* 127. Flacso Costa Rica. ISSN:1409-3677. <https://bit.ly/3LODTtX>.

Arcila-Calderón, C., Sánchez-Holgado, P., Quintana-Moreno, C., Amores, J. J., & Blanco-Herrero, D. (2022). Hate speech and social acceptance of migrants in Europe: analysis of tweets with geolocation//Discurso de odio y aceptación social hacia migrantes en Europa: análisis de tuits con geolocalización. *Comunicar*, 30(71), 21-35.

Arévalo-Salinas, A.I., Al-Najjar Trujillo, T., & Aidar-Abib, T. (2021). La cobertura informativa de la inmigración en Televisión Española. El caso del barco Aquarius. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (1), 13-25. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.73744>.

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2020). Informe del Relator Especial sobre cuestiones de las minorías sobre su visita a España. <https://bit.ly/4f69O6m>.

Bacallao-Pino, L.M. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 114-125. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2010-887-114-125>.

Berger, P., & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Argentina

Busón Buesa, C. (2020). La minería de opinión para el análisis del discurso de odio en las redes sociales. Un estudio de caso sobre Paulo Freire en YouTube durante el periodo 2007-2019. Commons. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 9(1), 119-159. <http://doi.org/10.25267/COMMONS.2020.v9.i1.5>.

- Cadenaser. (06/10/2023). "Hay que exterminarlos": los duros mensajes contra las personas migrantes detectados en un grupo de Telegram <https://bit.ly/4d2yD1d>
- Calonge-Cole, S. (1999). La representación mediática de la escuela básica en Venezuela. *Revista Avepso (Asociación Venezolana de Psicología Social)* V: XXII n. 1 pp. 45-60.
- Calonge-Cole, S. (2001). La representación mediática. Un enfoque teórico. Casado, E. & Calonge, S. (Edits), *Conocimiento social y sentido común*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- Castells, M, (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*. Siglo XXI. México.
- Dallemagne, G., Echevarría-Vecino, L., & Ferrández-Ferrer, A. (2012). Migraciones transnacionales y políticas de representación en España: los discursos sobre colectivos latinoamericanos en dos medios de comunicación dirigidos a minorías migrantes. *Revista Ciencias Sociales* Vol. 29 /Segundo Semestre.
- Damonti, P., & Arza, J. (2014). Exclusión en la comunidad gitana. Una brecha social que persiste y se agrava, serie Documento de Trabajo del VII Informe sobre la Exclusión y Desarrollo Social en España 2014, nº 3.5, Madrid, Fundación Foessa.
- De Fontcuberta, M. (1993). *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós, Barcelona.
- del Río-Pedraza, F. (2011). La representación de los gitanos en la prensa española. *Historia Actual Online (HAOL) Núm. 26 (Otoño, 2011), 191-202* ISSN 1696-2060.
- Diez-Aguado, J. (2015). La Representación de la Diversidad Étnica en la Publicidad Comercial Gráfica en España. Trabajo de Fin de Grado PUBLICIDAD Y RR.PP. CAMPUS PUBLICO "MARIA ZAMBRANO", SEGOVIA. Universidad de Valladolid <https://bit.ly/3WrAOWJ>
- Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European journal of Communication*, 34(6), 606-618.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Gabarre-Giménez, J. (2023). Los orígenes del odio hacia el pueblo romaní (GITANO). Tesis en opción al grado en Historia. Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Zaragoza. <https://bit.ly/46dfgk0>.
- Gamson, W.A. (2008). Foreword. En *Framing Public Life*, Reese, S. D., Gandy Jr, O. H., & Grant, A. E. (Eds.). (2008). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. ix-x1). Routledge. <https://bit.ly/3Y9qwLX>.
- Garrido-Rodríguez, P. (2011) *Inmigración y diversidad cultural en España. Un análisis histórico desde la perspectiva de los derechos humanos*. Tesis doctoral Facultad de Geografía e Historia Universidad de Salamanca. <http://doi.org/10.14201/gredos.110693>.
- Gil, Q. (1999). Ética y deontología periodística en la Sociedad de la Información. En *Sala de Prensa*, 14. Año II, vol. 2. <https://bit.ly/3YegQiD> . [Consulta: 1 de abril de 2024].

Global Web Index (2023) The global media landscape : Tradición vs. digitalización: televisión, radio y prensa aún resisten en el mercado de consumo de medios, cada vez más fragmentado. <https://bit.ly/4fbT3a3>.

Gómez-Nieto, B. (2017). La función educadora de la prensa como mass media en la era digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (1), 45-60, ISSN-e: 1988-2696.

Gómez-Quintero, J. D., Aguerri, J.C., & Gimeno-Monterde, C. (2021). Representaciones mediáticas de los menores que migran solos: Los MENA en la prensa española. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*.

Grijelmo, A. (2021) Libro de Estilo de El País, AGUILAR. ISBN:9788403522657.

Gutiérrez-Sánchez. M., Haz-Gómez, F. E., Hernández-Pedreño, M., & Solórzano-Pérez, G. (2020). La intervención con la población gitana en España y sus autonomías. *Zerbitzuan: Gizarte zerbitzuetarako aldizkaria. Revista de servicios sociales*, (71), 19-36. <https://doi.org/10.5569/1134-7147.71.02>.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL / Interamericana editores. ISBN: 978-1-4562-2396-0.

Hernández, M.; García, O., & Gehrig, R. (2019). Situación social de la población gitana en España: balance tras la crisis. En Fernández-Maíllo, G. (coord.), VIII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España. Documento de Trabajo 3.12, Madrid, Fundación FOESSA.

Instituto Nacional de Estadística. (2024). Nota de prensa 15 de febrero de 2024 Estadística Continua de Población. <https://bit.ly/3Sel05R>.

Jaramillo-Dent, D. (2022). Platformed migrant narratives: mediated (self) representations of migration on social media. Tesis doctoral. Universidad de Huelva y Erasmus. <https://bit.ly/3ScbWzG>.

López del Ramo, J. & Humanes, M.L. (2016). Análisis de contenido de la representación fotográfica de la crisis de los refugiados sirios y su incidencia en el framing visual. *Scire*, 22(2).

Klein, Darío (2001). El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática (I), en Sala de Prensa, 29. Año III, vol. 2. Disponible en: <https://bit.ly/4f8jsFy> .[Consulta: 20 de junio de 2016].

Lago Ávila, M. J. (2000). Minorías étnicas en España, entre la exclusión y la integración. *Tropelias: Revista de teoría de la literatura y literatura comparada*, (11), 81-95.

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. En BRYSON, L. (comp.). *The communication of ideas*. New York: Harper and Brothers.

Martín-Díaz, E., Cuberos-Gallardo, F., & Castellani, S., (2012). Inmigración latinoamericana a España: discursos y prácticas desde La Madre Patria. *Estudios culturales*, 814-841, 6 (26). <https://doi.org/10.1080/09502386.2012.669774>.

Martín Sánchez, David (2022) *Historia del pueblo gitano en España*. Los Libros de la Catarata.

- Martínez-Salanova, E. (2005). De la transculturación a la interculturalidad: cómo presentan los medios la emigración, el mestizaje y las relaciones interétnicas. *Portularia* Vol. V, Nº 2-2005, [45-53], ISSN 1578-0236.
- Martín-Serrano, M. (1993). *La producción Social de Comunicación*. Editorial Alianza Madrid.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. Barcelona.
- Mead, G.H. (1972). *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós. Buenos Aires.
- Mertens, D.M. (2005). *Research and evaluation in Educations and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed method*. Thousand Oaks: Sage.
- Merton, R. y Lazarsfeld, L. (1977). *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. En MURARO, Heriberto (comp.). *La comunicación de masas*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- Meta AI. (2024). Chat Merlin GPT-3.5 (versión del 24 de junio) [Modelo de lenguaje de gran tamaño]. <https://bit.ly/46dfGa4>.
- Ministerio del Interior. (31 enero de 2024). Las Fuerzas de Seguridad registraron 1.606 incidentes de delitos de odio en 2023. <https://bit.ly/3ShlOIn>.
- Mora, M. (2002). *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Athenea Digital. No. 2 otoño. México <https://bit.ly/3Se4Mep>.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. 2a ed. (Temas básicos) . Huemul, Buenos Aires.
- Muyor, J. & Segura, A. (2020). Representaciones sociales de la comunidad gitana en los comentarios de la prensa digital española: estudio de caso en el contexto de la pandemia de COVID-19, *Encrucijadas* Vol. 20, 2020, v2002. ISSN 2174-6753.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T., & Rasmus Kleis Nielsen, R.K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. © Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: 10.60625/risj-p6es-hb13. <https://bit.ly/4cL4JPM>.
- Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (Ed.) (2022). *Informe Anual sobre la Situación de las personas migrantes y Refugiadas en España. La situación de la población inmigrante en 2022 y propuestas para su integración*. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Foro para la integración social de los inmigrantes. <https://bit.ly/4cFRW0u>
- Olmos-Alcaraz, A. (2009). *La población inmigrante extranjera y la construcción de la diferencia. Discursos de alteridad en el sistema educativo andaluz*. Tesis Doctoral. Granada: Universidad de Granada.
- Olmos-Alcaraz, A. (2018). *Alteridad, migraciones y racismo en redes sociales virtuales: un estudio de caso en Facebook*. REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana, 26, 41-60.
- OpenAI. (2024). ChatPDF (versión del 15 de julio) [Modelo de lenguaje de gran tamaño]. <https://www.chatpdf.com/>.

Orozco, G. (1997). El reto de conocer para transformar medios, audiencias y mediaciones. COMUNICAR 8, 1997 <https://doi.org/10.3916/C08-1997-06>.

Quintana-Pujalte, L., Sosa-Valcarcel, A., & Castillo-Esparcia, A. (2020). La espiral del colapso. Encuadre de la inmigración en medios españoles. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 26(3).

Real Academia de la Lengua Española (5 de julio de 2024). Significado de gentrificación. <https://bit.ly/3y0CCwu>.

Rodrigo-Alsina, M. (1993). La construcción de la noticia. Ediciones Paidós Barcelona-Buenos Aires-México. ISBN: 84-7509-507-0.

Rouquette, M. L. (1994). Sur la connaissance des masses. Essai de psychologie politique. Grenoble, PUG.

Sáez-Gallardo, (2017). La ideología del racismo en las imágenes y las palabras de los medios: una reflexión teórica en tiempos de crisis. DeSignis, (26), 0173-185.

Said, E.W. (2003). Orientalism. Penguin. New Delhi.

Salgado, E. (2001). La realidad por escrito. Reflexiones en torno al Análisis del Discurso Periodístico. En Comunicación y Sociedad, núm. 40, juli-diciembre 2001, pp. 133-168. (DECSU, Universidad de Guadalajara).

Sobrados León, M. (2006). Las minorías étnicas en los medios de comunicación españoles. Revista de Comunicación, 5,(134-147).

Soler, Y. (2015). Propuesta teórico-metodológica para el análisis crítico del discurso periodístico impreso en períodos de campañas políticas en Venezuela. Tesis en opción al Título de Doctor. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.

Staszak, F. (2009). Other/Otherness . In R. Kitchin & N. Thrift (Eds.), International Encyclopedia of Human Geography (43-47) Elsevier.

Statista. (2023). Población extranjera de España en 2021 y 2022, por nacionalidad <https://bit.ly/3W6SLbH>.

Tablante, L. (2005). Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas. Temas de comunicación, (12), 117-167.

Van-Dijk, T. (1985) Semantic discourse analysis. En: Teun A. van Dijk, (Ed.) Handbook of Discourse Analysis, vol. 2. (pp. 103- 136). Academic Press. London.

Van-Dijk, T. (1997). El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Introducción multidisciplinaria. Gedisa. Barcelona.

Van Dijk, T. (2006): Discurso de las élites y racismo institucional. En: Bastida, L. (Coord.): Medios de comunicación e inmigración. Caja de Ahorros del Mediterráneo-Obra Social. Murcia.

Verón, E. (1985).). “L’analyse du contrat de lectura: une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse”. In : Médias Expériences. Recherches actuelles, applications. Irep. Paris.

Wright, Ch. (1959). Functional Analysis and Mass Communication. Public opinion quarterly, 24(4), 605-620.

Zallo, R. (2016). Tendencias en comunicación: cultura digital y poder. Gedisa.

8. Anexos

1-Encuestas para profesionales de El País

La presente encuesta forma parte del trabajo de investigación en opción al grado de Máster en Comunicación y Educación Audiovisual, que pretende indagar sobre las representaciones de la diversidad étnica en las redes sociales de los medios. Para ello se le solicita que responda sinceramente, en función de las experiencias en su quehacer periodístico. Las respuestas y datos obtenidos serán totalmente anónimos. Agradecemos de antemano su colaboración.

Provincia de residencia

Edad

Color de la piel u origen étnico

Nacionalidad

Religión

Medio(s) de colaboración frecuente

Especialización

1. ¿Qué entiende por diversidad étnica y cuáles son los colectivos en España que pudieran componerla?

2. ¿Cuán seguido aborda temas sobre diversidad étnica o escoge como protagonistas a sujetos que hayan vivido procesos migratorios, discriminación por color de la piel, lengua, religión, estilo de vida o prácticas culturales?

Muy seguido Seguido Poco Muy poco Nunca

3. El tratamiento de estos asuntos suele ser demandado por:

su propia iniciativa la dirección del medio las fuentes

3.1. Responde a:

un hecho en específico la agenda editorial de su medio

4. Cuando se aborda, ¿existen algunas condicionantes para su tratamiento desde la dirección del medio? De existir ¿Cuáles?

5. El tratamiento que le da al tema está pautado en:

___libro de estilo del medio ___normas de redacción del medio ___manual de buenas prácticas del medio
 ___recomendaciones y pautas aprendidas en curso y talleres sobre el tema ___recomendaciones de informes e investigaciones sobre minorías étnicas ___ningún lado

6. ¿Qué tipo de fuentes suele incluir en la elaboración de los trabajos?

___informes, investigaciones ___representantes institucionales de minorías ___otros medios

___miembros de las minorías ___representantes gubernamentales
 ___población general

7. ¿Ha tenido dificultades en el acceso a las fuentes relevantes?

↯ ___Muy seguido ___Seguido ___Poco ___Muy poco ___Nunca

8. ¿Qué estilo suele predominar en los trabajos sobre diversidad étnica?

___narrativo ___informativo ___investigativo ___de opinión

9. ¿Qué técnicas periodísticas emplea con mayor frecuencia?

___entrevista ___encuesta ___grupos de discusión ___sondeos de opinión

___revisión documental ___observación ___infiltración

___otras, ¿Cuáles?

10. ¿De qué dependen las selecciones del estilo y las técnicas?

___disposición del periodista ___planificación editorial ___exigencia de las fuentes

___tiempo de entrega ___carga de trabajo

11. ¿Qué tiempo suele tener para la recolección de información, redacción y presentación del trabajo sobre este tema?

___Mucho ___Exacto ___Poco

12. ¿En qué te basa para la elección del titular?

___experiencia más representativa ___una frase que resuma la historia ___un elemento muy particular que llama la atención del público

13. ¿Qué factores, externos e internos a los medios, cree que influyen en el modo de abordar dicho tema o en el hecho de que se aborde más o menos?

14. Uno de los conflictos éticos que puede enfrentar un periodista cuando su trabajo alude a representantes de minorías étnicas es la necesidad o no de hacer mención de la distinción, sea nacionalidad, grupo étnico, color de la piel, religión. En esos casos, ¿cuándo es válido resaltar la distinción?

- Siempre se debe mencionar la distinción
- Se menciona solo si forma parte de un escrito reivindicativo
- Se menciona si los aludidos tienen conducta negativa y no se hace si es positiva
- Se menciona solo si aporta causas o contexto al relato
- Se menciona si la distinción aporta rasgos identificables del o los sujetos
- Se menciona solo cuando el texto aborda las realidades de dicha minoría étnica
- Nunca se debe mencionar la distinción
- Se menciona si los aludidos tienen conducta positiva y no se hace si es negativa
- Se menciona si constituye primicia o hito dentro del grupo étnico
- Se menciona si no afecta la seguridad o valoración hacia el individuo
- Se menciona si hace atractivo o identificable el trabajo para un público interesado en el tema
- Otro factor, ¿cuál? _____

15. ¿Qué tipo de recursos gráficos y audiovisuales son empleados usualmente?

- fotografía
- ilustración
- infografía
- videoanimación
- postales y carruseles
- videos

15.1 ¿Quién los escoge y con qué propósitos (ilustrativo, representativo, graficativo, complementario)?

16. ¿Emplean algún mecanismo de retroalimentación con el público? De ser afirmativo, ¿Cuál?

17. ¿Influye el número de visitas, lecturas, comentarios e interacciones de sus trabajos (tanto en redes como en el sitio web) en su remuneración salarial? De ser afirmativo, ¿Cómo?

18. ¿Ha notado en los últimos años algún cambio en el tratamiento del tema? De ser afirmativo, ¿En qué?

2-Guía para el Análisis de contenido de post de redes sociodigitales

a)-ASPECTOS FORMALES DEL TEXTO

- Titular (Frases populares, Figura retórica, Informativo, Interrogativo, Cita directa)
- Resumen (Contextual, Causal, Enunciativo, Descriptivo)

- Lenguaje utilizado (científico/técnico, literario, natural)
- Formas elocutivas (diálogo, la narración, la descripción y la exposición)
- Estrategias de intencionalidad (reivindicativo, alarmista o sensacionalista, beligerante, denigrante, argumentativo, expositivo, explicativo, valorativo)
- Actos de habla ilocutivos (A. Representativos B. Directivos C. De compromiso D. Expresivos E. Declarativos)
- Recursos digitales (emojis, hashtags, @tags)
- Sección (si se indica) (España, Economía, Internacional, Sociedad, Cultura, Deporte, Opinión, Otra a especificar)
- Sujeto u objeto protagonista
- Género (si se dice o se sobrentiende) (Noticia, Entrevista, Comentario, Reportaje, Artículo, Crítica o Reseña)
- Contenido original o reeditado de otra fuente (si se dice)
- Fuentes (si se inducen, postura respecto al tema)
- Comparativa con el texto referenciado del sitio web (Sesgo del titular, título tendencioso, realce de cuestión más importante/más atrayente, mención o no a la distinción, con connotaciones o expresiones positivas, neutras o negativas, estrategias de argumentación, legitimación, deslegitimación, sustitución o naturalización)

b) ASPECTOS FORMALES DE LA IMAGEN O EL VIDEO

- Lugar
- Escena(s) narrada(s)
- Momento del día
- Sujeto(s) representado(s) (edad, género, peso en narrativas) o elemento principal
- Planos (Múltiple, Panorámico, General largo, Grupal, Entero, Americano, Medio, Primer plano o Detalle)
- Ángulos (Neutro, Picado, Contrapicado, Cenital, Nadir, Aberrante)
- Punto de vista (Objetivo, Subjetivo, Lateral, Frontal, Dorsal, Contraplano, Escorzo)
- Luminosidad general 1. Oscuridad 2. Brillo 3. Opacidad 4. Neutra 5. Otros
- Nitidez
- Contraste
- Composición: equilibrio predominante 1. Formal (Simetría) 2. Informal (Asimetría)
- Objetos complementarios 1. Sí (identificarlos) 2. No
- Verosimilitud
- Efectos (filtros y otros recursos gráficos añadidos)
- Estatismo/dinamismo 1. Estatismo (posado) 3. Estatismo físico 4. Acción moderada 5. Acción rápida
- Expresiones gestuales (1. Naturalidad 2. Alegría 3. Tristeza, pena 4. Preocupación, incertidumbre 5. Desesperación 6. Cansancio 7. Miedo 8. Respeto 9. Reivindicación 10. Ira,

4-Preguntas para en análisis de sentimiento

Manual

- ¿Qué se dice?
- ¿Sobre qué población o segmento?
- ¿Cómo se dice?
- ¿Por qué canal?
- ¿Cuándo?
- Contexto físico-temporal
- ¿Para qué?
- Contexto social

Con inteligencia artificial

- Análisis de sentimientos en el documento respecto a (colectivo o tema)
- Ejemplo con frases de usuarios
- Balance de opiniones en positivas, negativas y neutrales respecto a (colectivo o tema)
- Cual sentimiento destaca más