

## Entre la aceptación de la inmigración y la amenaza identitaria. El reflejo en la prensa de los discursos políticos sobre la inmigración durante las elecciones al parlamento de España en abril de 2019 <sup>1</sup>

Cayetano Fernández-Romero<sup>2</sup>, Antonio Prieto-Andrés<sup>3</sup> y Enrique Uldemolins-Julve<sup>4</sup>

Recibido: 28 de julio de 2020 / Aceptado: 26 de diciembre de 2020

**Resumen.** Este trabajo estudia los discursos políticos que sobre la inmigración reflejaron una muestra de ocho periódicos de alcance nacional y regional durante el mes anterior a las elecciones generales celebradas el 28 de abril de 2019. El objetivo es analizar los discursos enunciados por los distintos actores políticos, prestando especial atención a los encuadres principales desde los que los medios y sus fuentes enfocan sus mensajes. Para el análisis de contenido realizado sobre las piezas seleccionadas, se han empleado encuadres de tipo identitario que califican las unidades de análisis a partir de su visión proactiva, reactiva o neutra hacia la inmigración. A partir de este análisis, se ha observado un escoramiento de los discursos sobre el asunto hacia posiciones más reactivas, especialmente de los partidos de centro-derecha, derivado posiblemente del mayor peso mediático del partido *Vox*, que ha hecho bandera de este tema. En la comparación entre diarios nacionales y regionales se observan matices que parecen tener más que ver más con su línea editorial que con su ámbito de difusión.

**Palabras clave:** Inmigración; encuadres; agenda política; elecciones generales; campaña electoral; discurso político; prensa nacional; prensa regional

### [en] Identity Frames and Political Discourse about Immigration in the Spanish Press during the April 2019 General Elections

**Abstract.** This work studies political discourses on immigration from a sample of eight national and regional Spanish newspapers during the month previous to the general elections celebrated on April 28, 2019. The aim is to analyse the discourses stated by different political actors, paying special attention to the main framings in which media and its sources focus their messages. In order to study the content of the selected pieces, identity framings have been used to label the analysis units depending on their proactive, reactive or neutral vision of immigration. According to this analysis discourses on the matter seem to have favoured more reactive positions, especially in centre-right parties, probably derived from the greater presence in media of the party *Vox*, as this issue has become their rallying cry. By comparing national and regional newspapers there seems to be some nuances which tend to fit with their editorial lines, rather than their scope of dissemination.

**Keywords:** Immigration; framing; political agenda; general elections; electoral campaign, political discourse; national press; regional press

**Cómo citar:** Fernández-Romero, C., Prieto-Andrés, A., & Uldemolins-Julve, E. (2021). Entre la aceptación de la inmigración y la amenaza identitaria. El reflejo en la prensa de los discursos políticos sobre la inmigración durante las elecciones al parlamento de España en abril de 2019. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (1), 123-132. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70898>

## 1. Introducción

En España, según datos 2019 del *Instituto Nacional de Estadística* (INE), viven unos 5,4 millones de personas extranjeras, a los que habría que añadir los que han obtenido la nacionalidad española en los últimos años, por lo que la población de origen foráneo podría acercarse a los 6,7 millones de personas (14,4% sobre la población total). Este importante peso de la

población inmigrante genera un permanente debate tanto en la esfera política como entre la opinión pública sobre cómo gestionar estas llegadas, así como los efectos que conlleva la presencia de esta población en materia de empleo, bienestar social, convivencia, etc. También en Europa la inmigración es uno de los asuntos políticos más controvertidos lo que refuerza la necesidad de investigar las formas en las que los actores políticos presentan el fenómeno, por

<sup>1</sup> Este trabajo ha sido cofinanciado gracias a la colaboración del Programa Operativo FEDER Aragón 2014-2020, “Construyendo Europa desde Aragón” (Grupo de Investigación S05\_17D reconocido por el Gobierno de Aragón).

<sup>2</sup> Universidad San Jorge (España)  
E-mail: cfernandez@usj.es

<sup>3</sup> Universidad San Jorge (España)  
E-mail: aprieto@usj.es

<sup>4</sup> Universidad San Jorge (España)  
E-mail: euldemolins@usj.es

qué centran el debate en ciertas causas y consecuencias de él y por qué se posicionan en una determinada visión de este.

La investigación que sustenta este artículo se ha realizado precisamente para acercarnos a la comprensión de cuáles son los encuadres (*frames*) dentro del discurso político que se elaboran sobre la inmigración, a partir del papel que juegan los diarios nacionales y regionales como mediadores entre los diferentes agentes políticos involucrados en la elaboración de la opinión pública, y también como protagonistas en la construcción de distintos relatos sobre la inmigración desde su posición de relativa autonomía (Bourdieu, 1993; Martin, 2003; Benson, 2013). Este objetivo se ha operacionalizado respondiendo a estas preguntas de investigación: a) ¿cuál es el protagonismo de la inmigración y las diferencias que se detectan en el tratamiento de los principales partidos políticos en liza electoral?; b) ¿qué encuadres identitarios emplean los medios? y c) ¿qué matices diferenciadores existen, en su caso, entre la prensa de cobertura nacional y regional?

Hemos tomado como caso de estudio el análisis del discurso político que, a propósito de la inmigración, aparece en la prensa nacional y regional durante la precampaña y campaña electoral previa a las elecciones a las cámaras legislativas españolas celebradas el 28 de abril de 2019, periodo en el que el debate político está en su apogeo y es previsible que este tipo de cuestiones críticas cobren una mayor relevancia política e informativa.

El artículo se divide en cuatro apartados. En el primero, se resume el enfoque teórico adoptado señalando el papel de la prensa en la esfera pública, sus implicaciones en el discurso político y la articulación de dichos discursos a través de los procesos de *framing* en el tratamiento informativo de la inmigración. También se contextualizan brevemente las elecciones generales de abril de 2019 y el posicionamiento político que los principales partidos adoptaron sobre la inmigración. En segundo lugar, se explican las fuentes y la metodología utilizadas y los criterios seguidos para elaborar los marcos de análisis y su atribución. En tercer lugar, se exponen los hallazgos de la investigación y se exploran los encuadres identitarios de los discursos sobre la inmigración que han transmitido los medios de comunicación analizados y los partidos políticos que aparecen en sus páginas, para finalizar con unas conclusiones.

## 2. Marco teórico

### 2.1. Medios de comunicación y esfera pública

Las esferas públicas son los lugares y espacios donde las personas hablan y comparten públicamente sus opiniones, convirtiéndose en agentes independientes en la gobernación del Estado (Habermas, 1989). Se trataría de un campo de nuestra vida social que “ne-

cesita de determinados medios de transmisión y de influencia; tales medios de la esfera de lo público son hoy: periódicos y revistas, radio y televisión. Hablamos de la esfera política de lo público” (Habermas, 1974, 124). A estos habría que añadir hoy las redes sociales en Internet. Se trataría de una esfera mediadora entre sociedad y Estado, en la que se forma la opinión pública, y que permite un control democrático de la acción estatal.

A pesar de la concepción aceptada en la literatura de que los medios de comunicación constituyen el espacio más importante para los debates públicos en los asuntos de mayor relevancia en las democracias occidentales, se trata todavía de una fuente de datos insuficientemente explotada en el estudio de los partidos políticos y sus mensajes (Helbling y Tresch, 2011), aspecto sobre el que este trabajo pretende realizar alguna aportación.

En el ámbito de la inmigración, los medios no solo reflejan, sino que contribuyen a elaborar los relatos y las formas en las que se realiza el debate público sobre este fenómeno. Como veremos, la manera en que los medios enmarcan los argumentos juega un papel importante en cómo se presenta este asunto político y en las respuestas de la ciudadanía (Fryberg *et al.*, 2012). No podemos obviar que los diarios tienen una orientación política presente en su línea editorial que afecta tanto a la selección de la información política (Page, 1996) como a la cobertura que se presta a los diferentes asuntos y actores (Helbling y Tresch, 2011). Los medios, al atraer la atención política hacia ciertos problemas políticos son, a la vez, descriptivos y performativos (Boswell, 2012).

Por último, aunque muchos de los trabajos que usan la prensa como fuente se basan solo en diarios de cobertura nacional debido a su mayor proyección y representatividad, sin embargo, en este estudio nos ha parecido interesante incluir periódicos con una proyección regional (Cheng *et al.*, 2009), ya que el tratamiento de la inmigración en este tipo de medios se trataría con una perspectiva local, más centrado en los efectos sobre su región (Salinas, 2016). Como señala Ballarini (2012, 102): “la prensa regional explica su éxito por su capacidad de ser la mejor animadora del espacio público local, de la que sería el espejo fiel, difundiendo las más detalladas informaciones, así como los debates más vivos”. En definitiva, la inclusión de la prensa nacional y la prensa regional nos permitirá hacer un análisis comparativo sobre las similitudes o diferencias de marcos y discursos entre ambos tipos de medios.

### 2.2. *Framing* y discurso político en torno a la inmigración

Como actores políticos que participan en la elaboración de los discursos políticos, los medios de comunicación influyen en las esferas públicas a través de la selección de temas y marcos de referencia (*frames*). La teoría de la *agenda setting* establece que las

noticias de los medios influyen en las percepciones sobre lo que es importante para los ciudadanos y los poderes públicos al cubrir ciertos eventos y temas más que otros. Así, las prioridades de los medios influyen en las de la agenda pública (McCombs et al., 1997). En cambio, el *framing* es un esquema de interpretación que promueve una definición o una interpretación causal de un problema particular (Entman, 1993). En concreto: “el encuadre implica, esencialmente, selección y notoriedad. Enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y destacarlos en un texto comunicativo, de tal manera que promueva una definición particular de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación para la acción sobre el ítem descrito” (Entman, 1993, 52; Corral-García y Fernández, 2015). Este proceso se divide, para Matthes (2012, 248), en tres fases: la construcción de la información por las élites políticas, la aplicación de los encuadres por los medios de comunicación y el impacto de aquellos en las opiniones individuales. En este trabajo nos fijaremos solamente en la segunda de estas fases. El proceso de construcción de marcos (*frame-building*) es una actividad de construcción de la realidad en la que la élite política juega un papel protagonista (Hänggeli y Kriesi, 2010). De ahí que en este trabajo nos fijemos, como se verá, en la relación de las fuentes principales con los encuadres.

Para ganar una campaña, los partidos políticos enmarcan el asunto que les interesa estratégicamente, intentando conseguir un efecto de énfasis, que llevará a los medios y a los individuos a fijarse en ciertos aspectos del asunto en lugar de en otros cuando construyen sus opiniones (Druckman, 2001). Esto hace que los partidos den una mayor importancia relativa a ciertos temas y enfoques. La idea subyacente es que la competición entre los partidos no es, principalmente, una confrontación directa sobre los mismos asuntos, sino que compiten por enfatizar aquellos asuntos sobre los que creen que mantienen ventajas comparativas (Budge y Farlie, 1983). Otra idea reseñable es que los partidos de gobierno, que aspiran a ser mayoritarios, deben representar los intereses más amplios de la sociedad, ocupando, como mínimo parcialmente, posiciones del centro del espectro político. En cambio, los partidos más pequeños y, por tanto, con menos recursos, pueden centrarse en asuntos muy específicos, lo que hace que se focalicen en un solo marco. Esto ocurrirá en los partidos más a la izquierda y a la derecha del espectro político, mientras que los partidos mayores pueden presentar más discursos, con más matices y más amplios (Helbling, 2014).

En relación con la inmigración, la mayoría de los estudios sobre el *framing* de la inmigración se han realizado en el contexto de los medios de comunicación (Van-Gorp, 2005; Roggeband y Vliegenthart, 2007). Generalmente los medios han enmarcado el tema de la inmigración principalmente como un asunto de ley y orden, si bien el marco moral o humanitario que

retrata a los inmigrantes como víctimas de un sistema injusto también empieza a estar presente (Benson, 2013). La preponderancia de un marco u otro tiene que ver con las fuentes informativas empleadas en la cobertura de la inmigración, ya que determina quién tiene voz y en qué medida (Benson y Wood, 2015) y cuál es el discurso predominante (Prieto-Andrés, 2017). Como conclusión, el predominio de determinados encuadres determina qué asuntos son relevantes (o no) en una campaña política, lo que puede tener importantes consecuencias para el resultado, pues los candidatos suministran el contexto para sus puntos de vista según los marcos que cada uno elija (Ogan et al., 2018).

### 2.3. Contexto electoral

Las elecciones de abril de 2019 estuvieron condicionadas por una serie de circunstancias políticas, como la efervescencia del independentismo catalán y la respuesta estatal, las reivindicaciones feministas y el aumento del euroescepticismo (Aragó, 2018). Un segundo elemento político novedoso en estas elecciones fue que el Gobierno convocante no había sido elegido en las urnas cuatro años antes como partido mayoritario, sino que era el resultado de una moción de censura presentada por el PSOE, encabezado por Pedro Sánchez, al Gobierno del PP, dirigido por Mariano Rajoy. Además, la ruptura del bipartidismo del PSOE y PP, principalmente como consecuencia de la aparición de *Ciudadanos* y *Unidas Podemos* desde 2015, se ha visto confirmada con la irrupción en el panorama político español de *Vox*. Al analizar el posicionamiento de los partidos políticos españoles en materia de inmigración, Varela (2019) señala que “mientras PP y PSOE coinciden con matices en la necesidad de que la inmigración se produzca de una manera «ordenada», *Podemos* reclama el cierre de los centros de detención de inmigrantes y *Vox* pide deportar a los ilegales y a los legales que cometan delitos y endurecer las condiciones de regularización”.

En lo que respecta a *Vox*, hay que señalar que su discurso se encuadra dentro de los llamados “partidos antiinmigración”. Según Fennema (1997) se puede definir a dichos partidos como aquellos que emplean el asunto de la inmigración como su principal preocupación en las campañas electorales o bien las élites del resto de partidos piensan que lo hacen. El apoyo de los votantes hacia los partidos antiinmigración más radicales está creciendo de forma prominente en varios países europeos (Van-Spanje, 2010), sobre todo en las tres últimas décadas, estando la media de su porcentaje de voto en el 15,5% en Europa Occidental en el periodo 2014- 2018 (Akkerman, 2018). Los partidos antiinmigración, además de una influencia directa en los parlamentos a partir de la elección de sus propios representantes políticos, pueden tener una incidencia indirecta (un “efecto contagio”) en otros partidos, especialmente los conservadores, en materia de inmigración, al

endurecer sus planteamientos políticos (Van-Spanje, 2010). Esto puede producirse de dos formas: a) los partidos mayoritarios y con mayor trayectoria, tanto conservadores como progresistas, pueden deslizarse a la derecha (Norris, 2005); o b) estos partidos pueden cooptar las políticas antiinmigración de los más radicales. Esta segunda estrategia supone la adaptación de las posiciones de los partidos más veteranos hacia la del partido antiinmigración con la finalidad de atraer más votantes si se observa que la posición del otro partido en este tema le ha otorgado réditos electorales (Downs, 1957). Por el contrario, si los partidos establecidos observan que no pueden o no desean competir con los partidos antiinmigración en este asunto, tienden a ignorarlo para evitar un protagonismo que les perjudica (Schattschneider, 1975 [1960]). Esta influencia se dará con más facilidad en partidos de la derecha, quienes se ven amenazados en mayor medida a la hora de competir por espacios electorales. Además, puede resultar relativamente fácil para los partidos conservadores adoptar una línea dura en inmigración, ya que son los que se apropian generalmente de los asuntos de la unidad cultural y el orgullo nacional (Van-Spanje, 2010).

### 3. Fuentes y metodología

En este trabajo hemos planteado el estudio de ocho diarios de referencia en España a lo largo del mes inmediatamente anterior a la celebración, el 28 de abril de 2019, de las elecciones a las Cortes Generales. Así, se eligieron diarios de diferentes posicionamientos ideológicos y cobertura territorial: *El País* (EP), *El Mundo* (EM), *ABC*, *La Razón* (LR), *La Vanguardia* (LV, Cataluña), *Heraldo de Aragón* (HA), *Ideal* (ID, Almería) y *Levante* (LE, Valencia). Los cuatro primeros son los diarios impresos de ámbito nacional con mayor número de lectores y los cuatro siguientes son los más representativos en su respectivo ámbito regional, según datos de la segunda ola del “Estudio General de Medios” (AIMC, 2019).

Para seleccionar las unidades de análisis se contrató el servicio del gestor de medios *Mynews*, utilizando como término de búsqueda la raíz “inmigr\*”, de tal manera que recogiera las principales variantes de “inmigrante” e “inmigración”. El total de unidades resultantes en los treinta días y ocho diarios seleccionados fue de 300, que componen el corpus total objeto de análisis en esta investigación. *El País* es el medio con mayor porcentaje de unidades de análisis (18,7%), seguido de *Levante* (17%), *La Vanguardia* (16,3%), *Ideal* (12,3%), *El Mundo* (11,3%), *ABC* (10,3%), *Heraldo de Aragón* (7,3%) y *La Razón* (6,7%).

La metodología elegida ha sido el análisis de contenido cuantitativo, que gira en torno a las herramientas estadísticas empleadas para obtener los datos descriptivos de una serie de variables. Para Berelson (1952, 18) el análisis de contenido se trata de una he-

rramienta “para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa” de los textos comunicativos. Este método ofrece unos datos objetivos y precisos a través de indicadores de frecuencia y de las interrelaciones existentes entre las variables evaluadas. Se centra en la frecuencia de determinados factores del contenido, a través de los cuales el investigador busca dar sentido a esta ocurrencia, co-ocurrencia de términos, conceptos o características del contenido.

Las variables sobre las que se ha trabajado para ser combinadas incluyen las fuentes empleadas por los diarios y una serie diversa de marcos, tanto de la pieza en su conjunto, como de cada uno de los cinco principales partidos políticos que aparecían en ellas. En algunas de las variables indicadas se ha diferenciado entre principales y secundarias. Principal es aquella que se muestra claramente como fuente preponderante en la pieza analizada. Esta preponderancia se valora atendiendo a los siguientes criterios: la mayor extensión de las manifestaciones en relación con la variable analizada dentro del texto de la pieza en relación con las demás, así como la presencia de la idea central de la variable en el título, subtítulo, antetítulo y/o entradilla de la pieza. Una vez fijada la calidad de principal dentro de la pieza, según los criterios indicados, se considerará que cualquier otra mención es de menor importancia y, por tanto, secundaria.

En este trabajo hemos implementado el análisis de un catálogo de encuadres o marcos, que denominamos “identitarios”, a partir del modelo de Zapata-Barrero (2009), según el cual el marco de referencia para abordar el discurso sobre la inmigración es el conflicto entre monoculturalidad y multiculturalidad. En este marco, se pueden producir dos tipos de discursos: 1) el que lleva al pasado monocultural, al que se denomina reactivo, porque reacciona contra el proceso histórico y busca restablecer dicho pasado; 2) el que lleva al futuro multicultural, proactivo, que asume la irreversibilidad del proceso y busca conformarlo como marco para orientar los cambios sociales. Prieto-Andrés (2017, 697), resume cuáles son las ideas principales que sustentan cada una de las retóricas que conforman los discursos reactivos y proactivos, respectivamente.

En el discurso reactivo, podemos encontrar dos tipos de retóricas: la del ciudadanía y la del tradicionalismo. En la primera de ellas, se observan dos líneas, la del populismo, donde prima el interés del ciudadano frente al del inmigrante en las zonas de conflicto multiculturales, y la de esencialismo, en los intereses y las necesidades de los ciudadanos son vistos como inmutables, como los únicos criterios para construir un discurso. En la retórica del tradicionalismo se subraya la tradición e identidad nacional, recurre al pasado para formar sus argumentos. La inmigración conlleva un conflicto que es expresión de una alteración de los valores de la tradición que sustentan la estructura de la sociedad. Defensor de la identidad nacional y, por otro lado, el concepto de autoridad, en el que con el proceso de multiculturali-

dad se ponen en duda las estructuras de autoridad que sustentan la sociedad y las instituciones tradicionales que no es deseable.

Por su parte, en el discurso proactivo, también existen dos retóricas: la de ciudadanía y la de igualdad. En la primera encontramos la idea de inclusión, que entiende que el inmigrante forma parte de un proceso que debe finalizar necesariamente en el reconocimiento pleno de la ciudadanía, y la idea de acomodación, donde la categoría del inmigrante debe ir acompañada de la de ciudadano, buscando argumentos para su adaptación mutua. En cambio, en la retórica de igualdad se destaca, por un lado, el carácter normativo, que expresa la necesidad de tener como criterio el principio de igualdad de oportunidades para gestionar las zonas de conflicto multiculturales. No significa igualdad como idéntico, sino como diferencia, y, por otro lado, la idea de imparcialidad. De lo que trata esta retórica es que la diferencia cultural no produzca o consolide desventajas por razones que no dependan de la voluntad de la persona.

Para presentar los resultados en el epígrafe correspondiente de este trabajo se ha puesto en relación la presencia en cada unidad de análisis de cada una de las cuatro retóricas posibles, dos pertenecientes al discurso reactivo (ciudadanismo y tradicionalismo) y dos al discurso proactivo (ciudadanía e igualdad), tanto si aparecen de forma única (si solo se encuentra un tipo de retórica en la unidad de análisis) o deter-

minando si se produce la combinación entre dos de ellas (por ejemplo, tradicionalismo con igualdad) en una misma unidad.

A partir de este diseño metodológico, en el siguiente epígrafe presentamos los resultados obtenidos tras su aplicación sobre las fuentes periodísticas seleccionadas.

#### 4. Análisis de resultados

Este epígrafe de presentación de los resultados de la investigación se divide en dos bloques: 1) Encuadres identitarios a partir del modelo de Zapata-Barrero (2009); y 2) particularidades discursivas de los principales partidos políticos.

##### 4.1. Encuadres identitarios: Discursos proactivos y reactivos en torno a la inmigración

Hemos realizado el análisis de los encuadres a partir de la tipología que establece Zapata-Barrero (2009) sobre el discurso político de la multiculturalidad, a partir de la identificación de la contraposición entre discursos reactivos (tradicionalismo y ciudadanismo) o proactivos (igualdad y ciudadanía) y sus posibles combinaciones. También se ha contemplado la posibilidad de que no fuera posible desprender del análisis de la pieza periodística ningún tipo de discurso claro. Los resultados se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Encuadres identitarios: Retóricas proactivas y reactivas del discurso político sobre inmigración

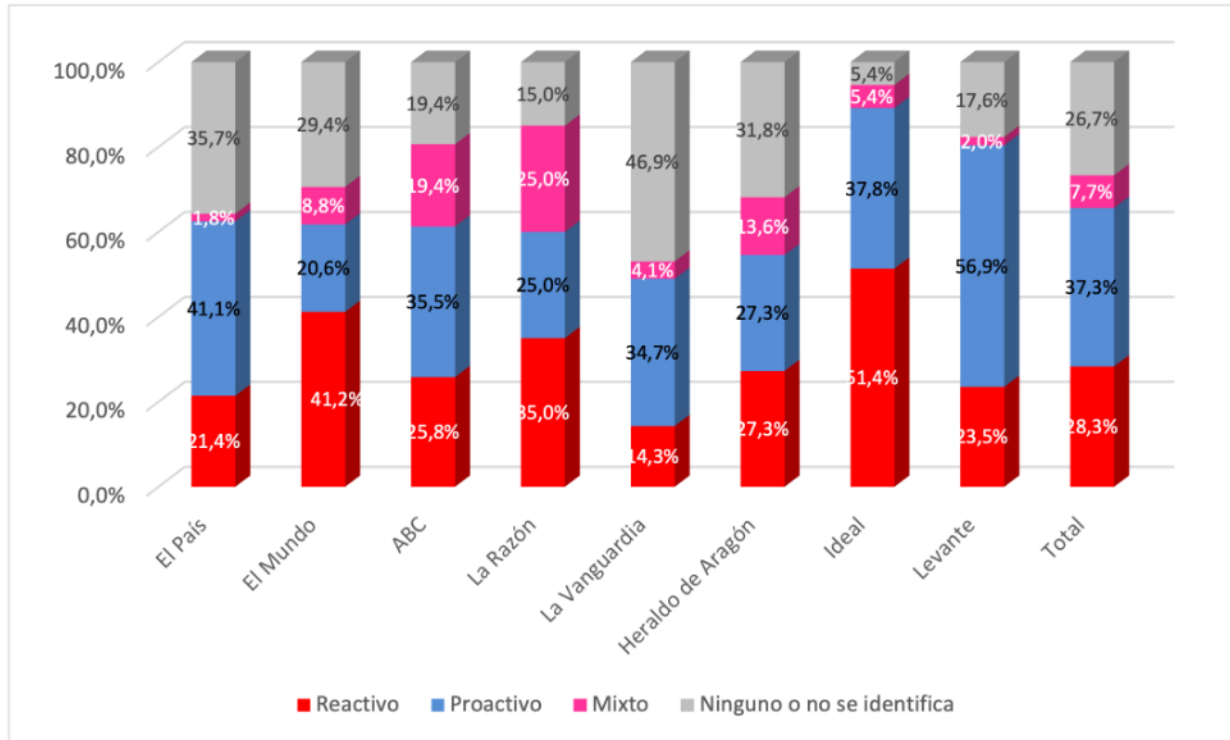
	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Razón</i>	<i>La Vanguardia</i>	<i>Heraldo de Aragón</i>	<i>Ideal</i>	<i>Levante</i>	Conjunto de medios (N°)	Conjunto de medios (%)
Tradicionalismo	12,5%	6,7%	12,9%	5,6%	0,0%	4,5%	40,5%	9,8%	35	11,7%
Ciudadanismo	5,4%	36,7%	9,7%	5,6%	12,2%	13,6%	5,4%	3,9%	31	10,3%
Igualdad	21,4%	16,7%	29,0%	11,1%	26,5%	0,0%	35,1%	29,4%	69	23,0%
Ciudadanía	5,4%	0,0%	6,5%	11,1%	2,0%	4,5%	0,0%	9,8%	14	4,7%
Tradicionalismo y ciudadanismo	3,6%	3,3%	3,2%	27,8%	2,0%	9,1%	5,4%	9,8%	19	6,3%
Igualdad y ciudadanía	14,3%	6,7%	0,0%	5,6%	6,1%	22,7%	2,7%	17,6%	29	9,7%
Tradicionalismo e Igualdad	1,8%	6,7%	3,2%	11,1%	0,0%	0,0%	5,4%	0,0%	8	2,7%
Tradicionalismo y ciudadanía	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	2	0,7%
Ciudadanismo e igualdad	0,0%	3,3%	12,9%	11,1%	4,1%	4,5%	0,0%	0,0%	10	3,3%
Ciudadanismo y ciudadanía	0,0%	0,0%	3,2%	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	3	1,0%
Ninguno o no se identifica	35,7%	20,0%	19,4%	5,6%	46,9%	31,8%	5,4%	17,6%	74	26,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	300	100%

Fuente: Elaboración propia

Lo más reseñable, según se aprecia en la Tabla 1, es que casi una cuarta parte de las piezas hacen referencia a la retórica de igualdad (23%), seguida de los discursos reactivos de tradicionalismo (11,7%) y ciudadanía (10,3%) en el conjunto de medios. El sumatorio de tipos de discursos (Figura 1) muestra que el más utilizado es el proactivo (37,3%), seguido del reactivo (28,3%) y el mixto (7,7%).

Por diarios, se observa como el discurso reactivo predomina en el ID (51,4%), EM (41,2%) y LR (35%). En cambio, el proactivo se da más en EP (41,1%), ABC (35,5%) y LV (34,7%). Por su parte, HA muestra el mismo porcentaje (27,3%) en el reactivo que el proactivo.

Figura 1. Tipología de encuadres identitarios (proactivos, reactivos o mixtos) sobre la inmigración por diarios



Fuente: Elaboración propia

La relación que existe entre la preponderancia de determinadas retóricas y discursos identitarios con el recurso a las fuentes principales que utilizan los me-

dios (Gobierno central, partido político en la oposición, el propio medio de comunicación –periodista o columnista–, y experto), queda reflejada en la Tabla 2:

Tabla 2. Encuadres identitarios según las fuentes principales más empleadas (%)

	Gobierno Central	Partido político en la oposición	Medio de comunicación: Periodista/Columnista	Experto	Conjunto de medios (Nº)	Conjunto de medios (%)
Tradicionalismo	17,4%	22,2%	7,2%	5,6%	23	11,7%
Ciudadanismo	8,7%	31,1%	6,3%	11,1%	25	12,7%
Igualdad	17,4%	6,7%	24,3%	27,8%	39	19,8%
Ciudadanía	4,3%	0,0%	6,3%	5,6%	9	4,6%
Tradicionalismo y ciudadanía	0,0%	26,7%	3,6%	5,6%	17	8,6%
Igualdad y ciudadanía	0,0%	0,0%	13,5%	11,1%	17	8,6%
Tradicionalismo e igualdad	0,0%	6,7%	0,9%	0,0%	4	2,0%
Tradicionalismo y ciudadanía	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	2	1,0%

Ciudadanismo e igualdad	8,7%	0,0%	1,8%	0,0%	4	2,0%
Ciudadanismo y ciudadanía	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1	,5%
Ninguno o no se identifica	39,1%	6,7%	34,2%	33,3%	56	28,4%
Total	100%	100%	100%	100%	197	100%

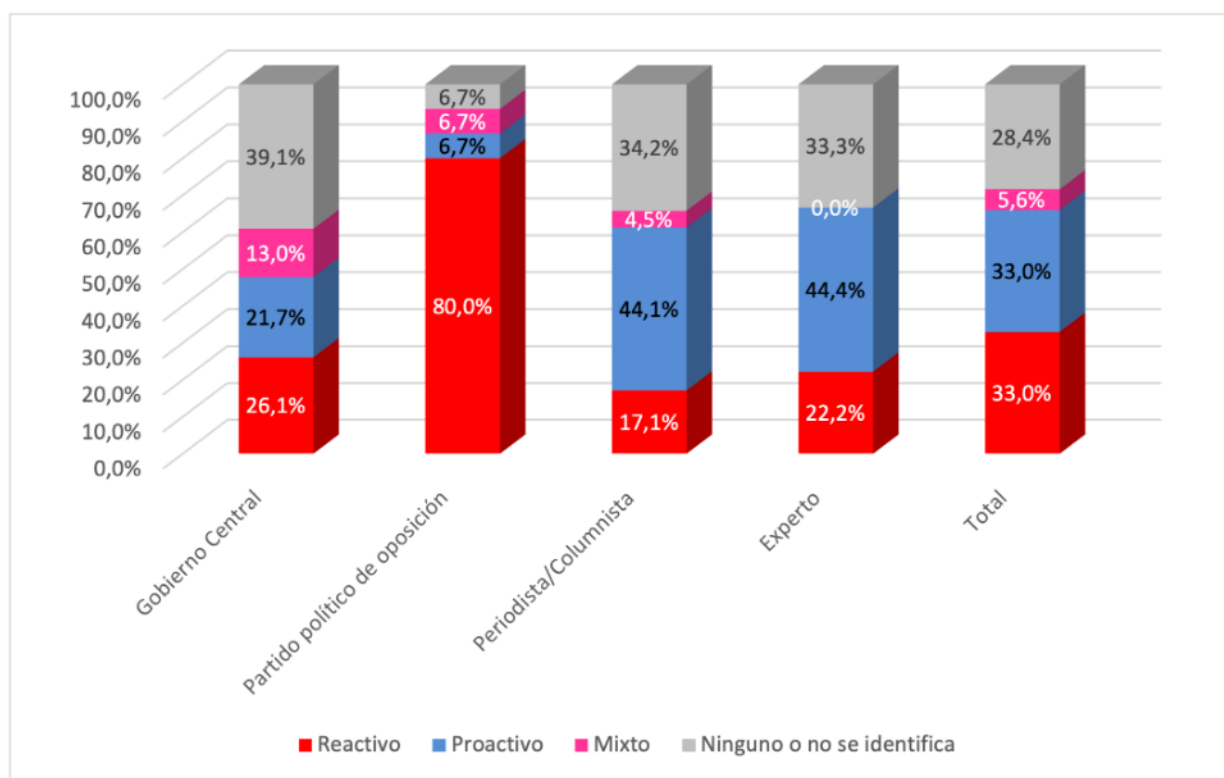
Fuente: Elaboración propia

Los datos obtenidos muestran que el discurso proactivo de igualdad (19,8%) es el que tiene mayor representación en las principales fuentes analizadas, frente al discurso reactivo del ciudadanía (12,7%) y de tradicionalismo (11,7%). También cabe señalar que el discurso reactivo del tradicionalismo predomina en las fuentes políticas, es decir, partido político en la oposición (22,2%) y Gobierno y Administración Central (17,4%). En cambio, el ciudadanía destaca cuando la fuen-

te principal son partidos políticos en la oposición (31,1%). Por el contrario, en el discurso reactivo de igualdad destacan las fuentes de expertos (27,8%) y de los propios periodistas y columnistas de los medios (24,3%).

El resultado de esta disparidad indica (Figura 2) que mientras la fuente principal del discurso reactivo es un partido político de la oposición (80%), en el discurso proactivo las fuentes son el experto (44,4%) y el propio medio de comunicación (44,1%).

Figura 2. Tipología de encuadres identitarios (proactivos, reactivos o mixtos) sobre la inmigración según las cinco fuentes principales más empleadas



Fuente: Elaboración propia

#### 4.2. Particularidades de los partidos políticos analizados

En este epígrafe abordamos las particularidades de los partidos políticos españoles de acuerdo con el tipo de encuadre que presentan los diarios. Así, se han codificado las unidades en las que un partido político aparece como fuente principal, ya sea porque es un representante gubernamental en los diferentes

niveles administrativos (estatal, autonómico o local), o bien porque es un representante de un partido de la oposición. En total los partidos políticos son la fuente principal en 86 de las 300 unidades de análisis trabajadas.

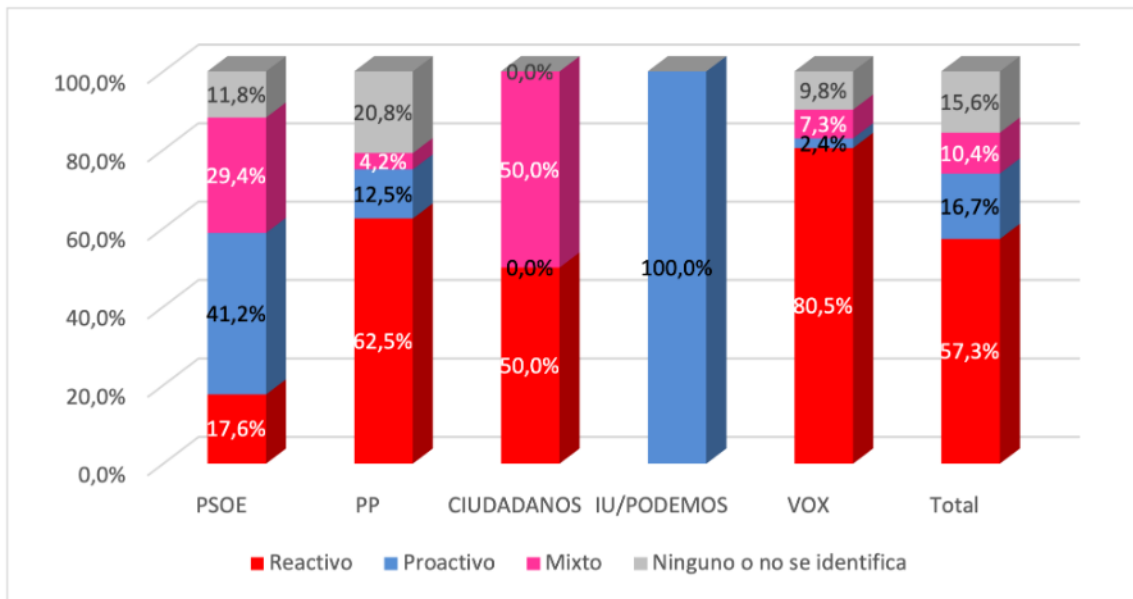
Cuando se analiza la presencia de los partidos políticos como fuente principal aparecen varias tendencias. La primera, que el análisis de los partidos políticos como fuente principal de la información es-

tudiada revela que estos tan solo marginalmente son tenidos en cuenta como fuente de las informaciones referidas a la inmigración, ya que, de las 300 unidades analizadas, solo en 86 aparecen los partidos políticos como fuente principal. En segundo lugar, ningún partido salvo *Vox* hizo de la inmigración una cuestión central para sus propuestas electorales. Incluso una buena parte de las referencias a la cuestión migratoria en la que los partidos políticos se erigen como fuente principal de la información, son reacciones más o menos explícitas a las propuestas de *Vox*. Así,

este partido acapara casi la mitad de las unidades de análisis (42,7%), porcentaje muy superior a la segunda fuerza política, PP (25,0%) y a la tercera, PSOE (17,7%). Finalmente, Ciudadanos (2,1%) y Unidas Podemos (2,1%) apenas tienen presencia como fuente principal de las informaciones publicadas.

En la Figura 3 se representan las retóricas discursivas que marcan el encuadre identitario en cada uno de los cinco partidos. En conjunto, se observa que predomina el discurso reactivo (57,3%) frente al proactivo (16,7%) o el mixto (10,4%)

Figura 3. Encuadres identitarios proactivos, reactivos y mixtos, por partidos políticos



Fuente: Elaboración propia

Los partidos de la oposición de centro, centro-derecha y derecha muestran un claro predominio del discurso reactivo. Destaca *Vox* (80,5%), seguido del PP (62,5%) y *Ciudadanos* (50%). En cambio, los partidos de centro-izquierda e izquierda muestran discursos claramente proactivos, especialmente *Unidas Podemos* (100%) y PSOE (41,2%). *Ciudadanos* se movería entre el reactivo (50,0%) y el mixto (50,0%). Hay que recordar que *Unidas Podemos* y *Ciudadanos* solo aparecen como fuente principal en dos ocasiones cada uno.

#### 4. Conclusiones

A la hora de responder a las preguntas de investigación planteadas, lo primero que hay que significar es que la inmigración ha tenido un peso reducido en el tratamiento de la prensa en la campaña electoral analizada, ya que una media de 1,25 noticias por día (300 noticias durante 30 días analizados divididas entre 8 diarios) es un bagaje escaso. Esto puede deberse a que el interés mediático por este tema está muy supeditado a la presencia de eventos extraordinarios que atraigan la atención noticiosa (Boswell, 2012). En el periodo analizado que corresponde a la duración de la campaña

electoral, e incluso en las semanas anteriores, ningún acontecimiento relevante en materia migratoria apareció en la agenda mediática. Otra razón de la escasa presencia de la inmigración en las piezas analizadas es que ninguno de los cinco principales partidos políticos que competían electoralmente han tratado la inmigración como un elemento central de sus campañas.

A la luz de lo que reflejó la prensa analizada durante el periodo electoral, ni el PSOE, como partido gobernante, ni su principal oposición, el PP, abundaron en sus tomas de posición sobre esta cuestión. Aunque la inmigración no ha ocupado un lugar destacado en la campaña electoral, conviene reflejar el desplazamiento que la centralidad en su discurso otorgada por *Vox* a esta cuestión ha producido en el PP, obligándole a radicalizarse en su discurso y a endurecer sus posiciones, abundando en mensajes de corte reactivo como se ha puesto de manifiesto en el análisis. Como mostró Prieto-Andrés (2017) para periodos de tiempo más extensos, el efecto contagio y aproximación de discursos entre *Vox* y PP también se ha producido en esta ocasión al constatar la proximidad de ambos partidos en el empleo del marco reactivo (62,5% para PP y 80,5% para *Vox*). En partidos como *Ciudadanos* y *Unidas Podemos* es llamativa la ausencia de infor-



maciones que reflejen sus tomas de posición sobre esta cuestión, bien porque no las incluyen en sus discursos electorales o porque no les parecen relevantes a los medios de comunicación.

Finalmente, en lo que respecta a los encuadres generales de tipo identitario, los medios analizados reflejan una mayoría de piezas periodísticas neutras, puramente informativas (26,7%) y cuando se trata de determinar si son proactivas o reactivas, predomina el enfoque proactivo (37,3%) frente al reactivo (28,3%) aunque con diferencias según la línea editorial de cada diario y no tanto según la proyección nacional o regional del medio. Las divergencias son notoriamente mayores en el caso de las fuentes principales. El gobierno central ha mantenido un perfil bajo, con una mayoría de informaciones neutras. En cambio, los partidos de la oposición han aportado un discurso muy reactivo (80%) por el peso de *Vox* y del PP en esta línea. Ni *Ciudadanos* ni *Unidas Podemos* han tenido voz en este relato para matizarlo.

En definitiva, hemos podido comprobar que el discurso político sobre la inmigración en la cam-

paña electoral de abril de 2019 ha perdido la importancia que pudo haber tenido en otras campañas, dado el peculiar contexto político en el que se libró esta campaña electoral: conflicto político con Cataluña e incertidumbre sobre el sistema político que dé estabilidad a la fragmentación política surgida en los últimos tiempos. En este contexto, *Vox* ha sido el único partido que ha mantenido la inmigración como uno de sus principales argumentos electorales forzando al resto de partidos políticos, sobre todo en el espectro centro-derecha, a una reorientación hacia encuadres reactivos en la consideración de la inmigración. Por último, cabe señalar que no se observan grandes diferencias en los elementos analizados en la prensa nacional y la prensa regional. Son matices que parecen más condicionados por la línea editorial del periódico o por los temas más específicos que afectan a esa región en materia de inmigración, como puede ser el mayor o menor porcentaje de inmigrantes en una región y su relación con temas como el mercado laboral, convivencia o aspectos culturales.

## 5. Referencias bibliográficas

- Aragó, L. (30 de diciembre de 2018). Siete datos que cambiaron la política de 2018 (y marcarán la de 2019). *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/politica/20181217/453605810080/datos-marcaron-politica-2018.html>
- Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC). 2019. Ranking de Diarios. <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Ballarini, L. (2012). ¿Por qué leer la prensa regional hoy en día?. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 4, 99-117. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.7>
- Benson, R. (2013). *Shaping immigration news. A French-American comparison*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Benson, R., & Wood, T. (2015). Who Says What or Nothing at All? Speakers, Frames, and Frameless Quotes in Unauthorized Immigration News in the United States, Norway, and France. *American Behavioral Scientist*, 59(7), 802-821. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446280010.n12>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Nueva York: Free Press.
- Boswell, C. (2012). How Information Scarcity Influences the Policy Agenda: Evidence from U.K. Immigration Policy. *Governance*, 25(3), 367- 89. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0491.2012.01570.x>
- Budge, I., & Farlie, D. (1983). Party competition - selective emphasis or direct confrontation? An alternative view with data. En: Daalder, H., & Mair, P. *Western European Party Systems. Continuity and Change*. (pp. 267-305). Beverly Hills: Sage. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/1814/40729>
- Cheng, L., Igartua, J.J., Palacios, E., Acosta, T., Otero, J.A., & Frutos, J. (2009). Aversión vs Aceptación, dos caras de la misma moneda: un estudio empírico de encuadres noticiosos sobre inmigración en la prensa regional de Castilla y León. *Zer*, 14 (26), 35-57. [http://diarium.usal.es/jigartua/files/2012/07/Cheng\\_Igartua-et-al-Zer-2009.pdf](http://diarium.usal.es/jigartua/files/2012/07/Cheng_Igartua-et-al-Zer-2009.pdf)
- Corral-García, A., & Fernández, C. (2015). Framing y mundo árabe: la cobertura de la prensa española en torno a la revolución tunecina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 793-811. [https://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n2.50885](https://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50885)
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Druckman, J.N. (2001). The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behaviour*, 23, 225-256. <https://dx.doi.org/10.1023/A:1015006907312>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fennema, M. (1997). Some Conceptual Issues and Problems in the Comparison of Anti-Immigrant Parties in Western Europe. *Party Politics*, 3, 473-492. <https://dx.doi.org/10.1177/1354068897003004002>
- Fryberg, S., Stephens, N.M., Covarrubias, R., Markus, H.S., Carter, E.D., Laiduc, G., & Salido, A.J. (2012). How the Media Frames the Immigration Debate: The Critical Role of Location and Politics. *Analyses of Social Issues and Public*, 12(1), 96-112. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1530-2415.2011.01259.x>

- Habermas, J. (1974). La Esfera de lo Público. *New German Critique*, 3, 123-130. Recuperado de: <https://opinionpublica2010.files.wordpress.com/2010/04/la-esfera-de-lo-publico-jurgen-habermas1.pdf>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hänggli, R., & Kriesi, H. (2010). Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss Direct-Democratic Campaign. *Political Communication*, 27(2), 141-157. <https://dx.doi.org/10.1080/10584600903501484>
- Helbling, M., & Tresch, A. (2011). Measuring Party Positions and Issue Salience from Media Coverage: Discussing and Crossvalidating New Indicators. *Electoral Studies*, 30(1), 174-183. <https://dx.doi.org/10.1016/j.electstud.2010.12.001>
- Helbling, M. (2014). Framing Immigration in Western Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(1), 21-41. <https://dx.doi.org/10.1080/1369183X.2013.830888>
- Matthes, J. (2012). Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247-259. <https://dx.doi.org/10.1177/0002764211426324>
- McCombs, M., Llamas, J., López-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74, 703-717. <https://dx.doi.org/10.1177/107769909707400404>
- Norris, P. (2005). *The Radical Right: Voters and Parties in the Electoral Market*. New York and Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511615955>
- Ogan, C., Pennington, R., Venge, O., & Metz, D. (2018). Who drove the discourse? News coverage and policy framing of immigrants and refugees in the 2016 U.S. presidential election. *Communications*, 43(3), 1-22. <https://dx.doi.org/10.1515/commun-2018-0014>
- Page, B. (1996). The Mass Media as Political Actors. *Political Science and Politics*, 29(1), 20-24. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/420185>
- Prieto-Andrés, A. (2017). The political discourse around the law on foreigners in the Spanish press. *El profesional de la información*, 26(4), 695-704. <https://dx.doi.org/10.3145/epi.2017.jul.13>
- Roggeband, C., & Vliegthart, R. (2007). "Divergent Framing: The Public Debate on Migration in the Dutch Parliament and Media, 1995-2004". *West European Politics*, 30(3), 524-548. <https://dx.doi.org/10.1080/01402380701276352>
- Salinas, C., Jara, R., Stange, H., & Del Valle, C. (2016). Los desafíos de la integración y el pluralismo; la prensa nacional y regional en Chile. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 130, 313-328. Recuperado de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2593/2667>
- Schattschneider, E.E. (1975 [1960]). *The Semisovereign People. A Realist's View of Democracy in America*. Hinsdale, IL: Dryden Press. (1ª edición, 1960).
- Van-Gorp, B. (2005). Where is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. <https://dx.doi.org/10.1177/0267323105058253>
- Van-Spanje, J. (2010). Contagious parties: Anti-immigration parties and their impact on other parties' immigration stances in contemporary Western Europe. *Party Politics*, 16, 563-586. <https://dx.doi.org/10.1177/1354068809346002>
- Varela, A.F. (18 de enero de 2019). Esto es lo que proponen sobre inmigración PP, PSOE, Podemos y Vox. <https://www.businessinsider.es/inmigracion-proponen-pp-psoe-podemos-ciudadanos-vox-404701>
- Zapata-Barrero, R. (2009). *Fundamentos de los discursos políticos en torno a la inmigración*. Madrid: Trotta.

Cayetano Fernández-Romero es Doctor en Historia por la Universidad de Navarra. En la actualidad, es profesor de Historia del Pensamiento Político y Humanismo Cívico en la Universidad San Jorge (Zaragoza), faceta que compagina con la Coordinación Académica del Instituto Humanismo y Sociedad en dicha universidad. Asimismo, forma parte de equipos interdisciplinarios que desarrollan proyectos de investigación en áreas relacionadas con las migraciones, las transformaciones sociales y la interculturalidad. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6547-8270>

Antonio Prieto-Andrés es Doctor en Comunicación por la Universidad San Jorge. Licenciado y DEA en Derecho por la Universidad de Zaragoza. Docente e investigador en la Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales de la Universidad San Jorge (Zaragoza). Sus líneas de investigación tienen que ver con las migraciones (aspectos comunicativos, jurídicos y sociales), así como el derecho de la comunicación y de las tecnologías de la información. Ha participado en proyectos regionales, nacionales y europeos vinculados con estas temáticas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5214-1794>

Enrique Uldemolins-Julve es docente e investigador en el Instituto Humanismo y Sociedad de la Universidad San Jorge de Zaragoza. Sociólogo de formación y doctor en Comunicación, su docencia e investigación están vinculadas al campo de la sociología aplicada, la cooperación internacional al desarrollo y las migraciones. Pertenece al grupo de investigación Migraciones, interculturalidad y desarrollo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4671-1532>