

FERNANDO GONZÁLEZ ALONSO

Inmigración y comunicación:
del 'no lugar' al 'no sujeto'

**"DISCRIMINACIÓN Y COMPROMISO ÉTICO
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN"**

CULTURA, COMUNICACIÓN Y PLURALISMO • NÚMERO 22
UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA • 2008

INMIGRACIÓN Y COMUNICACIÓN: DEL 'NO LUGAR' AL 'NO SUJETO'

DR. FERNANDO GONZÁLEZ ALONSO¹
Escuela Universitaria de Magisterio "Luis Vives"
Universidad Pontificia de Salamanca

En la mesa redonda titulada "Del no lugar al no sujeto", dentro del marco de las Jornadas sobre Ética e Inmigración, celebrada el 18-04-2007 en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia, expresé como miembro participante de la mesa, una serie de reflexiones y aportaciones que dentro del contexto del alumnado de dicha Facultad y relacionando la *comunicación* y la *inmigración* con la *ética* que hace de eje vertebrador, resumo y sintetizo lo pronunciado allí:

1. ALGUNOS DATOS ESTADÍSTICOS QUE SITUAN LA INMIGRACIÓN

Según el censo² de 2007, en España hay 4.48 millones de extranjeros empadronados. El 9,9% de los residentes en España son extranjeros respecto del resto de la comunidad. De ellos, 1.7 millones pertenecen a la Unión Europea de los 27. Las comunidades autónomas de Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía son las que acogen entre ellas a la mitad de esta población, que principalmente llegan de Marruecos, Rumanía y Ecuador.

¹ Es profesor en el Master de Interculturalidad, Inmigración y Educación, de Educación Intercultural, Educación cívica y para la convivencia, entre otras, en la Escuela U. de Magisterio de la Universidad Pontificia de Salamanca.

² Instituto Nacional de Estadística (INE): Padrón Municipal de 2007.

Extranjeros con tarjeta de residencia³ a 31-12-2007 eran 3.9 millones. Es significativa, cuanto menos, la diferencia entre los censados y los que están en posesión de dicha tarjeta. En Castilla y León (a misma fecha) los extranjeros eran 118.951 (4,7%) y en el entorno de mi ciudad (Salamanca), había 12.431 (10%), lo que supuso un aumento del 52% respecto del 2006. Amén de quienes escapan a los controles estadísticos y siendo importantes las variaciones de datos dependientes de las fuentes de referencia.

La difícil situación económica actual ya está produciendo considerables variaciones y movilidad entre la población de origen extranjero, hacia zonas donde la oferta laboral sigue teniendo un presente y un futuro más promisorio.

2. CONSECUENCIAS Y NECESIDAD DE LA INMIGRACIÓN

Las consecuencias que esta realidad inmigratoria crea en nuestra sociedad son de diverso índole: consecuencias económicas, demográficas, sociales, culturales, educativas, etc.

Así, garantizan la pensión de los futuros jubilados, representan una calidad y riqueza de personas en el colorido panorama social y de buenos trabajadores en la producción nacional; que envían cuantiosas remesas a sus zonas de origen, siendo base fundamental del sustento de sus países; que rejuvenecen la población española, pues la mayoría es población joven; que favorece la subida de la tasa de natalidad y el número de nacimientos; fortalece el entramado laboral, pues mayoritariamente están en edad de trabajar; acrecientan y enriquecen el sistema escolar, etc. En definitiva, ayudan a prosperar y mejorar una comunidad estatal que necesita de los inmigrantes.

En esta línea de reflexión, podríamos preguntarnos por el número de inmigrantes necesarios. Al respecto Naciones Unidas ha estimado que España necesitará 12 millones de inmigrantes en el período 2000-2050; el profesor José Barea⁴ estimó en seis millones de inmigrantes la cuantía necesaria para conservar la capacidad productiva y Josep Oliver⁵, en un estudio de 2006, indicó que España necesitará en 2020 cuatro millones de inmigrantes. Por lo mismo, ¿cuántos buenos *profesionales de la comunicación* necesitaría España para atender a la información y formación de autóctonos e inmigrantes?

También, sería bueno pensar qué sucedería si en España hicieran huelga los inmigrantes tan sólo por un día. De muy seguro que nuestro país se resentiría: afectaría a sectores como la hostelería, la construcción, la agricultura, los

3 Número 15, enero de 2008: Boletín Estadístico de extranjería e inmigración (<http://extranjeros.mtas.es>)

4 Catedrático de la Universidad Autónoma de Madrid.

5 Catedrático Economía Aplicada de la Universidad Autónoma de Barcelona

empleados del hogar y servicios, etc. Resultaría un problema muy serio que necesita de una especial atención y *pedagogía social*, ya que ocupan puestos laborables y trabajos necesarios visibles.

En cualquier caso, España dentro del concierto de la UE, en la ubicación privilegiada respecto de África, y por la especial relación e influencia hacia el continente latinoamericano, le corresponde un papel vital respecto de la población inmigrante en particular y de la sociedad española de acogida en general, donde el papel educador de la escuela y el enfoque formativo de los medios de comunicación se hacen tan fundamentales como necesarios.

De ahí el interés en este momento –en otro será el de la escuela– por revisar lo que hacen y lo que podrían hacer medios de comunicación respecto de la población inmigrante.

3. ANTE ESTA REALIDAD ¿QUÉ HACEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LA INMIGRACIÓN?

Aunque ha habido mucha evolución en esta temática, todavía se observa que las noticias sobre la inmigración en muchos casos son distintas de las otras. Numerosos ciudadanos conocen la inmigración sólo a través de los medios, y pueden formarse opiniones muy inexactas sobre los inmigrantes. Hay medios que presentan prejuicios y estereotipos sobre la inmigración: resaltan la importancia de la inmigración masiva y descontrolada y manipulan la información asociando términos de manera inadecuada.

3.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN GENERAN OPINIÓN E IMAGEN SOCIAL SOBRE LA INMIGRACIÓN

Son muchas las noticias que recogen diariamente información sobre la inmigración y su proceso en España, en Europa, en el mundo. Por ejemplo, el hecho reciente del interés que ha tenido la Europa de los 27 reunidos en Bruselas para determinar una normativa común frente a la inmigración ilegal, ha sido presentado con un gran eco por los medios.

Un estudio comparativo⁶ (González, 2004) nos muestra que las noticias sobre inmigración que aparecen en prensa son más que las difundidas en radio y televisión. Tienen su origen (45,12%) en las Instituciones Públicas y Poderes del Estado, después en lo privado y sociedad civil. En ellas, se alude principalmente al proceso de integración de los inmigrantes con un 40,61%. Le siguen

6 Tesis doctoral realizada por González, Fernando (2004): “Inmigración y escuela. Análisis de actitudes y valoraciones en la escuela universitaria Luis Vives. Propuesta de un modelo intercultural para la formación inicial del profesorado”.

las noticias vinculadas a las dificultades, como la inmigración irregular. Ya en este estudio, se señalaba que los programadores de medios “tendrían que ser más intuitivos, imaginativos y audaces para hacer un uso de los medios más racional, positivo, integrador, educativo... y menos manipulador y amarillístico” (González, 2004, 107).

La antigua Fundación CIPIE⁷, realizó en los últimos años un interesante análisis de los medios de comunicación social sobre la inmigración en España. Por ejemplo, en un informe del controvertido y debatido año 2000, de gran importancia para la inmigración y la referencia intercultural en España, tan sólo en los dos primeros trimestres habían recopilado 4.467 noticias publicadas en prensa escrita, donde el 75% de las informaciones recogidas tenían un carácter negativo, en contextos socialmente desfavorecidos, que resaltaban la marginalidad, exclusión y discriminación. Esto incidía en la imagen pública del inmigrante y en la idea que la sociedad española se podía generar sobre la inmigración.

Es por ello, que “las noticias sobre la inmigración no tienen por qué ser, distintas de las otras. Aquellos que conocen la inmigración sólo a través de la prensa, o principalmente gracias a ella, pueden formarse opiniones muy inexactas sobre los inmigrantes, quiénes son y qué les ocurre” (Andrés Tornos⁸, 2001, 104-107).

Sin embargo, como señaló el periodista Javier Ortiz⁹, en muchas ocasiones, los medios buscan resaltar la importancia de aspectos como la inmigración masiva y descontrolada, produciendo en la sociedad que lee, escucha o ve, un cierto rechazo, alteración social, inseguridad ciudadana, oposiciones partidistas o incluso el auge de la extrema derecha (Ortiz, 2002).

La frecuencia informativa en todos los medios sobre noticias referidas a inmigración parece producir en los ciudadanos una sensación de saturación, cansancio, hastío, donde se puede llegar a mirar sin ver, escuchar sin oír y perder la capacidad de sorpresa. Pretenden llamar la atención con titulares de sucesos y situaciones varias, con titulares llamativos de la población inmigrante en su esfuerzo por situarse en su nuevo destino, sin tener en muchas circunstancias, el eco que pretenden. Lluve sobre mojado. De aquí el esfuerzo de los medios por despertar a una sociedad adormecida y egoísta, para que tome conciencia de la dura realidad que duerme a sus puertas.

7 Centro de Investigaciones, Promoción y Cooperación Internacional que es miembro de la Coordinadora de ONGs para el Desarrollo en España.

8 Andrés Tornos pertenece al Instituto de Estudios sobre Migraciones de la Universidad Pontificia de Comillas en Madrid. Colabora con el artículo “La inmigración vista desde la prensa” en el Informe Inmigración y Racismo, análisis de prensa, radio y televisión, del primer trimestre del 2001.

9 Javier Ortiz, periodista, nació en San Sebastián en 1948. Pertenece a la redacción de EL MUNDO desde su fundación. Inicialmente, ejerció como jefe de Información –desarrollando el Libro de Estilo del periódico–. En 1991 fue nombrado subdirector de Opinión, faceta que desarrolla junto a su trabajo como columnista.

La imagen social de personas de otras etnias en España ha sido objeto de referencia y apreciaciones varias en medios de comunicación, que han ocasionado en nuestra sociedad, tópicos, prejuicios y estereotipos sobre estas poblaciones.

Si (...) “las Tecnologías de la Información y la Comunicación no son herramientas asépticas ni neutrales, sino que tienen profundas implicaciones de naturaleza política, social y cultural” (Varios Autores, 2005, 51), han de utilizarse con la honestidad de quien las deposita en la conciencia de los ciudadanos.

Cuando García Canclini pregunta a Ehrenberg¹⁰ por los rituales a seguir en la mezcla de imágenes, responde: “La primera condición es (...) usar las imágenes como abecedario, conjunto de signos que en una obra dicen una cosa, y en otra algo distinto” (García 2001, 133). Lo que nos permite resaltar la importancia educativa de las imágenes que transmiten los medios. Desde el primer momento al último han de estar expresadas con claridad, pues la interpretación de que sean objeto, generan opinión e imagen social.

Los comunicadores y periodistas tendrán que cuidar con una forma y estilo adecuado, la presentación y contenidos de las noticias sobre inmigración y extranjería en particular, pues generan opinión, crítica y reflexión en muchos lectores, escuchantes y espectadores de los medios, que toman como única referencia en su mundo personal la noticia en sí: “muchos de los lectores saben leer críticamente las noticias de prensa sobre la inmigración. Pero tal vez esa su lectura crítica no se hace notar suficientemente, parece funcionar como si lo que reflejan los periódicos fuera la opinión pública misma” (Andrés Tornos, 2001, 104–107).

3.2. MANIPULACIÓN INFORMATIVA Y REALIDAD EXAGERADA

El uso frecuente en los medios de términos asociados al ámbito de la inmigración, suponen un perjuicio sobre personas de origen extranjero. Así por ejemplo:

Inmigración / conflicto: los medios infravoloran a los inmigrantes y resaltan más la ilegalidad, el hacinamiento en infraviviendas, “pisos pateras” con “camas calientes” que otras realidades de éxito o progreso. El hecho de ser emigrante no genera conflicto sino la marginación, la exclusión social y las políticas mediocres en general y en política de inmigración en particular. Se puede apreciar en los problemas de inseguridad ciudadana de las grandes barriadas marginales de ciudades francesas que acontecieron a finales de 2007, reproduciendo los acaecidos en 2005. No se produjo sólo por haber población emigrante, sino

¹⁰ Entrevista realizada por Néstor García Canclini a Ehrenberg en la ciudad de México el 6 de junio de 1988.

por discriminar, segregar y marginar a importantes poblaciones periféricas, que hasta ese momento parece que se les consideraba muy poco.

Inmigración / delincuencia. Inmigración / violencia: El 33% de los presos en cárceles españolas son extranjeros de un total de 66 mil a finales de 2007. Aunque el dato es importante y hay un crecimiento de más de un 4% respecto del año anterior, no permite concluir con esta asociación de términos. Pueden llevar a estereotipos y prejuicios en una ciudadanía carente de formación ante la nueva realidad. El hecho de ser emigrante no genera delincuencia o violencia, sino la marginación, ilegalidad, pobreza y exclusión social en la que pueden verse inmersos.

Estético / no estético: La inmigración a veces es orientada en los medios hacia lo estético o antiestético. Una interesante noticia del diario La Verdad se refería al organizador de Mister Murcia: “La mezcla con inmigrantes hará que los murcianos sean más guapos. La gente de la región es muy guapa. Se debe a la mezcla de culturas y etnias de la que son fruto los murcianos. Ahora con la mezcla con la gente de color y de los países de Europa del Este hará que todavía seamos más guapos” (La Verdad, 31-07-03). Por otro lado, un inmigrante de El Ejido se refería a los españoles diciendo que “no quieren vernos en los cafés, ni en las calles, ni en los cines, ni nada. Solamente quieren vernos trabajando, bajo el plástico.” Y otra recogida en Jumilla: “No somos racistas, pero que se los lleven de ahí” (Jumilla, 3-07-03) decía una señora desde su ventana al ver a los inmigrantes en el patio común donde vivían...

Extranjero / inmigrante: Las referencias sociales y las conversaciones populares distinguen al extranjero del emigrante. El primero puede ser futbolista¹¹, o vivir en la Costa del Sol o en Baleares, ser inglés o alemán. Parece estar integrado socialmente, regularizado, paga sus impuestos y hasta vota. El segundo, puede ser ilegal o no, trabajador, negro, haber venido en patera o en los vuelos baratos transoceánicos como turista, es explotado, en proceso integración, sin papeles y con escasos derechos...

Inmigración / negros: Ser de origen extranjero o inmigrante no significa ser negro. Sin embargo, las frecuentes imágenes que nos traen los medios nos muestran en muchas ocasiones negros. En este sentido “el presidente de la Generalitat de Cataluña, Jordi Pujol, alertó el lunes sobre el peligro de una Europa de «viejecitos que beben cerveza cuidados por negros que además les pagan las pensiones» (La Verdad de Murcia, 18-06-03). La inmigración no tiene color, ni rasgos o sí. No se trata de reducir la inmigración a la población negra, ni expresar una “negrofobia”. En cualquier caso todos son personas con mismos derechos que buscan desarrollo y progreso.

11 Recordemos el Caso Bosman: los futbolistas europeos dejaban de ser extranjeros en la UE, o lo que cobra cualquier futbolista extranjero en la primera división de la Liga española.

Inmigración / Magreb / Africa Subsahariana: El verdadero origen de la inmigración es la pobreza, la exclusión, el subdesarrollo y marginación y no tanto la referencia asociada a su país o zona de partida. Al respecto, una noticia presentada por los medios es muy iluminadora: “El Círculo de Lectores ordena a sus vendedores no suscribir a inmigrantes: especialmente magrebíes, subsaharianos, hispanos. A los inmigrantes los anuncios les abren el apetito y luego se les expulsa del economato” (El Mundo, 30 de julio de 2002). Los excluidos también son cultos y entre sus derechos está el acceso a la educación¹² y a la cultura. Así:

“Los poderes públicos promoverán que los extranjeros residentes que lo necesiten puedan recibir una enseñanza para su mejor integración social, con reconocimiento y respeto a su identidad cultural” (Art. 9 Derecho a la educación¹³).

En otras ocasiones, los medios de comunicación vociferan ciertos titulares que se pueden convertir en actitudes xenófobas en la sociedad. Titulares donde se menciona “la nacionalidad” y “la raza” de los presuntos delincuentes, activistas o violentos, como “detenido un subsahariano...”, “dos colombianos...”, “una empresa rechaza a 250 peticionarios de empleo por su raza o apariencia” (El País 4-7-2002) son clarificadores al respecto. Sin embargo, no son comunes otros titulares como: “un navarro roba...”, “detenido uno de Badajoz por...”, con todos los respetos para los navarros, extremeños, subsaharianos y colombianos. “La raza o el origen de la nacionalidad de las personas implicadas en un hecho delictivo, sólo deben mencionarse cuando el dato es clave para la comprensión de lo ocurrido (...). Parece que la norma es contraria: resaltar la circunstancia venga o no a cuento” (Javier Ortiz, 2002).

3.3. EL SEÑUELO PROPAGANDÍSTICO O EL “EFECTO LLAMADA”

Los medios de comunicación con su programación, a través de parabólicas, canales digitales, internet, etc., abren la ventana de occidente donde no siempre se aprecian sus miserias, sino que se destacan las riquezas, desarrollos, cambios, progresos, y hasta el *glamour*, que insulta al *Sur* de los pobres y marginados. El fenómeno de la globalización puede producir, y de hecho lo hace, el “efecto llamada”.

“Los países ricos tienen que comprender que el proceso de globalización económica genera exclusión y degradación, (...) también es imprescindible redefinir las políticas de los organismos financieros y comerciales multilaterales que, hasta el presente, han estado consolidando la dilapidación de los recursos

12 Constitución Española de 1978. Artículo 27.1: “Todos tienen derecho a la educación...”

13 Redactado conforme a la Ley Orgánica 8/2000, de 22 de diciembre.

naturales, la proliferación de conflictos, el éxodo de millones de personas y el crecimiento de la pobreza” (Malgesini y Giménez, 2000, 211).

No todos los que quieren escapar de la miseria y del abandono pueden hacerlo. Se sabe, que quienes pueden cruzar el *Estrecho* o “*el charco*”, forman parte de un grupo de privilegiados con formación, que dejan sus lugares de origen con menos titulados y técnicos, sus familias al cuidado de adultos, en espera del dinero que llegue para comer o construir, y tal vez un día agruparse de nuevo.

A través del “efecto llamada” de muchas políticas y medios, primero se incita a los extranjeros, luego se les engaña, después se les explota y cuando sobran se les expulsa. Se busca y pide “*mano de obra*” y cuando llegan por el contingente o la demanda laboral, nos encontramos con *personas*. Es necesario mostrar e informar con objetividad y realismo.

4. LA IMPORTANCIA DE LOS LIBROS Y MANUALES DE ESTILO

Redactores, locutores y periodistas en general de radios, televisión, prensa escrita y medios electrónicos han de tomar en cuenta los libros de estilo, para potenciar lo positivo, educar a la sociedad y tratar de evitar los aspectos negativos que he ido expresando. Aquí radica en gran parte la importancia de los libros y manuales de estilo, ya sean propios de un medio, de un colegio profesional, de una Facultad de Comunicación, o de tipo general para conocimiento y aplicación básica de todos. Al respecto algunas recomendaciones:

1. Si la comprensión global de la noticia no lo obliga, no incluir el grupo racial, el color de la tez, el país de salida, religión o cultura.
2. Evitar generalidades y simplificar las informaciones.
3. Potenciar informaciones positivas.
4. Evitar sensacionalismos que generan dramas y problemas inútiles.
5. Favorecer la publicación de versiones propias y aspectos comunes de las población inmigrante y étnica.
6. Cuidar las informaciones referidas a los países de origen, a situaciones y aspectos que nos diferencian y distancian.
7. Publicar las correcciones por informaciones desajustadas. Esto mejora la calidad del medio.
8. Colocar físicamente la información en el lugar adecuado. Es responsabilidad ética y deontológica de los informadores.

9. La utilización del material gráfico y las noticias referidas a procesos migratorios han de reunir los mismos criterios que en otras noticias e imágenes. La distorsión y emparejamiento inapropiado pueden producir «efecto dominó».
10. La interculturalidad como valor ha de ser vivida y puesta de manifiesto por los informadores para enriquecimiento de la ciudadanía. Se trata de una “militancia periodística”.

5. LA FICCIÓN TELEVISIVA Y LA PROGRAMACIÓN ¿PARA INMIGRANTES?

En España se producen cada vez más series, películas y *culebrones* que siguen manteniendo una asombrosa uniformidad nacional. Los pocos aspectos visiblemente heterogéneos aparecen con frecuencia unidos a situaciones conflictivas, cómicas o comerciales. La aparición cada vez más usual de algún extranjero como miembro del reparto parece jugar un papel decorativo o interesado, que pretende ganar audiencia en espectadores cada vez más mestizos. Hay que preparar a la sociedad española para aceptar el hecho de la multiculturalidad y poder llegar a una interculturalidad robusta, favorable y enriquecedora.

Los programas de orientación para la población extranjera son cada vez más numerosos, casi todos los medios tienen alguno en su parrilla de programación y no siempre se emiten en horarios convenientes. Sería deseable que esta programación se reorientara hacia el resto de la población heterogénea, pues también necesitan de la formación y conocimiento de las otras culturas. Sólo lo que se conoce, se puede querer y mejorar. También se puede decir que la programación habitual de los medios habría que adaptarla progresivamente hacia toda la diversidad cultural de nuestra sociedad. Los pasos de adaptación e integración han de darse en ambas direcciones, sin que ello suponga retroceso, pérdida de valores, costumbres o *nacionalismos* propios.

Como muestra, podemos observar algunos programas que se emiten hacia la población inmigrante: “Espacio de encuentro” (SER Andalucía); “Onda solidaria” (Onda Cero Cantabria); “Con todos los acentos” (La 2 TVE); “Sin fronteras” y “Tatanka” (Radio Multicultural Mallorca); “La tierra prometida” (RNE, Radio 5); “Chévere” (Punto Radio); “Andalucía sin fronteras” (Canal Sur); “Río de la vida” (Onda Cero); “Amalgama” (Telemadrid Radio); “Trébede” y “Viento Sur” (Radio3); “Millenium” (Radio Marchena); “Gente que mueve su casa” (Con Voz Proyecto Intercontinental Red informativa); “Ser latino” (Cadena Ser), etc., y numerosas tertulias y mesas redondas...

6. LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS CON / PARA EXTRANJEROS

Hay numerosas campañas publicitarias que pretenden conectar con el colectivo inmigrante con frases como “bienvenidos” o “queremos ser tu banco”. Un gran banco español las utilizó y “olvidó” traducir los folletos informativos a los principales idiomas de los *futuros clientes*. Es un “interés” innegable de empresas hacia africanos, rumanos, ecuatorianos, chinos, colombianos y otros que acaban de llegar, basado en “sinceros” motivos de “servicio”... Recordemos que las remesas de los inmigrantes a sus países sumaron 7.437 millones de € hasta noviembre de 2007, un 21,9% más que el mismo período de 2006¹⁴. Lo que supone un colectivo con un presente y un futuro económico de gran interés para las empresas, que quieren ganar *su confianza* a través de un trabajo bien hecho y dado a conocer a través de los medios.

A modo de ejemplo, otros anuncios publicitarios: “Puente *Moviestar* un nuevo servicio para inmigrantes”; “*Vodafone live!* contenidos personalizados para inmigrantes”; el spot del *Peugeot 206* en radio; “*INKA-KOLA*” bebida peruana comercializada por Coca Cola para inmigrantes latinos; *BBK* lanza la hipoteca compartida para inmigrantes; coches de “*segunda mano*”, “de ocasión” y en “buen estado” para inmigrantes; *BBVA* lanza un sistema global de envío de dinero para emigrantes; *Banco Popular* impulsa filial para inmigrantes con 25 oficinas; *Caixa Galicia* lanza cuenta con tarifa plana para inmigrantes; “*Asturias con otro acento*”: El primer diario para inmigrantes de Asturias; el spot realizado por un emigrante en la campaña a favor del *Atlético de Madrid*.

7. ¿QUÉ PODRÍAN HACER LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN CON LOS INMIGRANTES?

El papel y las funciones ha realizar por los comunicadores a través de los medios y en relación con la inmigración son muy importantes: la comunicación personal e institucional, la guía y orientación personal y profesional, y la acción formadora y educadora de actitudes hacia la ciudadanía, son un contenido ineludible.

Los medios pueden actuar como una *plataforma para la integración / enriquecimiento / convivencia / adaptación mutua* de los inmigrantes en la sociedad de acogida. Valga como ejemplo: “El fin del servicio militar obligatorio y la falta de voluntarios para alistarse a los distintos cuerpos y armas de las fuerzas armadas españolas ha obligado a estas aceptar la entrada de ciudadanos hispanoamericanos y de Guinea Ecuatorial (Estrella Digital, 26-06-03).

14 (18/02/2008 Europa Press)

También los medios pueden ejercer como *plataforma para la solidaridad*: Por ejemplo: “El convenio del campo balear permitirá a los magrebíes no trabajar en sus fiestas religiosas. La comunidad balear llega a un pacto novedoso, en un contexto marcado por la falta de mano de obra” (La Vanguardia, 08/01/2000).

Los periodistas, redactores, locutores, guionistas, informadores y comunicadores en general tienen ante sí un reto ético vital en el proceso de integración de los inmigrantes en la sociedad española. Responder a otros intereses o iniciativas, que pudieran generar beneficios económicos inmediatos, no siempre sería la respuesta consciente y deontológica, a unas necesidades concretas de personas marginadas o de una sociedad que ha de aprender a adaptarse e integrar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BOLETÍN ESTADÍSTICO DE EXTRANJERÍA E INMIGRACIÓN. Número 15, enero de 2008: <http://extranjeros.mtas.es>

GARCÍA, N. (2001): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.

GONZÁLEZ, F. (2004): “Inmigración y escuela. Análisis de actitudes y valoraciones en la escuela universitaria Luis Vives. Propuesta de un modelo intercultural para la formación inicial del profesorado”. Departamento de Educación. Universidad de Salamanca. Tesis sin publicar.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): Padrón Municipal de 2007

LOPEZ, A. SETIEN, M^a. L. ARRIOLA, M^a. J. CELEDON, C. RODRÍGUEZ, A. (2003): *Inmigrantes y Mediación Cultural. Materiales para cursos de formación*. Bilbao, Universidad de Deusto.

MALGESINI, G. y GIMÉNEZ, C. (2000): *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid, Catarata.

ORTÍZ, J. (2002): *Conferencia: Mediación social e inmigrantes* (Camargo, Cantabria, 4, noviembre, 2002). <http://www.javierortiz.net/>

TORNOS, A. (2001): “La inmigración vista desde la prensa” en *Informe Inmigración y Racismo, análisis de prensa, radio y televisión, del primer trimestre del 2001*, 104-107.

VARIOS AUTORES, (2005): *Nuevas tecnologías, globalización y migraciones*. Barcelona, Octaedro.