



## Dossier Periodismo Intercultural

# Interculturalidad, políticas públicas y TIC: la Red *bcnantirumors*<sup>1</sup>

## Interculturality, Public Policies and ICTs: the Website *bcnantirumors*

DR. MIQUEL RODRIGO, Universidad Pompeu Fabra. Barcelona, España. (miquel.rodrido@upf.edu)

DRA. PILAR MEDINA, Universidad Pompeu Fabra. Barcelona, España (pilar.medina@upf.edu)

► Recibido: 29/09/2011. Aceptado: 15/11/2011

### RESUMEN

Los rumores pueden ser una de las más importantes barreras para una mejor comunicación intercultural, al servir de retroalimentación a los prejuicios. En la actualidad, su poder ha superado los tradicionales márgenes de la comunicación interpersonal al incorporar a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como plataformas de difusión. Desde el Ayuntamiento de Barcelona (España), y dentro del Plan de Interculturalidad, se ha desarrollado un proyecto orientado a combatir los rumores referentes a los inmigrantes, utilizando precisamente, las TIC. En este trabajo se pretende describir y valorar esta experiencia de política pública para la comunicación intercultural que combina tanto la comunicación de las TIC como la comunicación interpersonal. En concreto, se analizará la página web de *bcnantirumors*.

**Palabras clave:** Interculturalidad, rumor, Barcelona, Red, comunicación interpersonal, prejuicios, TIC.

### ABSTRACT

*Rumors can be one of the most important barriers to a better intercultural communication since they may feed prejudices. Today, their power has exceeded the traditional margins of interpersonal communication by incorporating the Information and Communication Technologies (ICTs) as dissemination platforms. From Barcelona's City Council (Spain), and within the 'Interculturality Plan', a project that employs ICTs to combat rumors concerning immigrants has been developed. This paper aims to describe and assess this experience of public policy for intercultural communication that combines both ICTs communication and interpersonal communication. In particular, we analyze the website *bcnantirumors*.*

**Keywords:** interculturality, rumor, Barcelona, Network, interpersonal communication, prejudices, ICT.

<sup>1</sup> Esta investigación es parte del trabajo del área de investigación de "Comunicación e interculturalidad" del grupo de investigación UNICA de la Universitat Pompeu Fabra.

## 1. INTRODUCCIÓN

Una de las características del rumor es la dificultad de delimitarlo a nivel teórico. La casuística, como recogen las propias obras especializadas (Fine y Ellis 2010; Kapferer 1989; Reumaux 1996), es muy diversa. Como bien apuntaba hace años Kapferer (1989), es muy posible que el rumor sea, precisamente, el medio de comunicación más antiguo. En su obra, Kapferer (1989, p. 12) intenta huir de una visión moralista de los rumores, llegando incluso a afirmar que “como información paralela y a veces opuesta a la información oficial, el rumor constituye un poder alternativo.” (Kapferer 1989, p. 24). De esta forma, el rumor es visto como una forma de superar los controles comunicativos del poder. Podríamos estar de acuerdo con Kapferer (1989, p. 273) cuando concluye: “El rumor no es por fuerza ‘falso’. Pero es por fuerza no oficial”. Aunque Kapferer (1989) va más allá cuando afirma:

...no creemos en nuestros conocimientos porque son verdaderos, fundados o comprobados. (...) Son verdaderos porque creemos en ellos. El rumor vuelve a demostrar, si fuese necesario, que todas las certezas son sociales: es verdad lo que considera verdad el grupo al que pertenecemos. (pp. 274-275)

Sin entrar a debatir esta versión de la realidad social, próxima a la conocida Escuela de Palo Alto (Watzlawick, 1986), consideramos que es una visión parcial si no se tiene en cuenta que en las sociedades complejas hay distintas percepciones de la realidad (Berger y Luckmann, 1997).

Luchar contra los rumores no es sencillo. Como señala Kapferer (1989, p. 254): “El problema de la extinción del rumor es ante todo una cuestión de personas: el acto de creer depende de quien hable. Si no hay un emisor fidedigno el combate del antirumor está condenado al fracaso”. Aunque –como el mismo autor reconoce más tarde– a veces no es solo una cuestión de credibilidad de las fuentes y los mentís, en un efecto aparentemente paradójico, pueden aumentar la fuerza del rumor que pretendían anular.

El presente trabajo se centrará en los rumores falsos que sirven de retroalimentación a los prejuicios relacionados con la inmigración y la diversidad cultural. Como todo rumor, también estos resultan muy difíciles de controlar. Para combatirlos, hemos de recordar que la formación de prejuicios tiene que ver con procesos normales de categorización cognitiva y, por ello, resulta fácil que voces interesadas manipulen y acentúen las diferencias entre grupos. La fuente inconcreta, el contenido cambiante y su persistencia hacen del rumor un enemigo temible. Como recoge Kapferer (1989, p. 244): “Uno de los puntos

fuertes del rumor es su repetición. Un día lo escuchamos acá, otro día allá, y las versiones evolucionan, se enriquecen, se afinan y se vuelven más precisas”. Por ello, las iniciativas que se propongan el objetivo de combatir y contraargumentar a los rumores son de especial interés social.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 RUMORES Y PREJUICIOS

#### ANTE LA DIVERSIDAD CULTURAL

La realidad social está sujeta a interpretaciones, siendo difícil en muchas ocasiones ‘contenerla’ en la realidad objetiva de los datos empíricos. Todos somos susceptibles de haber formulado, sobre todo en contextos informales, una opinión vaga y difusa sobre algún tema, siendo además conscientes de ello. Pero también, en numerosas ocasiones, se formula una opinión vaga e imprecisa creyéndola absolutamente fidedigna y objetiva. Así pues, hemos de reconocer que en el proceso de dar sentido a la realidad que nos rodea podemos emitir juicios basados en datos poco fiables. Y cuanto más compleja es una sociedad, cuanto mayores son los temas a debatir y menores los criterios claros de actuación, mayor es la posibilidad de acabar distorsionando la realidad para adecuarla a un (pre)juicio.

Para Brown (1998, p. 27), el prejuicio es “el mantenimiento de posturas sociales despectivas o creencias cognitivas, la expresión de sentimientos negativos, o la exhibición de conducta hostil o discriminatoria hacia miembros de un grupo en tanto que miembros de ese grupo”. Si entendemos todo prejuicio como una actitud, entenderemos que está compuesto por tres elementos: el emocional (o sentimiento de hostilidad hacia un grupo social), el conductual (o conjunto de comportamientos discriminatorios hacia una persona en su condición de integrante de un grupo social que se considera no-deseable) y el cognitivo (o conjunto de creencias y opiniones que sustentan y dan razones al sentimiento hostil y a la conducta discriminatoria).

Las perspectivas basadas en características de personalidad tienden a considerar el prejuicio desde un carácter psicopatológico, como la teoría de los años 50 de la “personalidad autoritaria” de Adorno (Adorno *et al.* 1965) o su reformulación de los años 60 de la “mentalidad dogmática” de Rokeach (1960). Frente a ellas, quizás resulta más interesante entender el prejuicio como un recurso del que dispone la mente humana para ordenar y categorizar la complejidad social. La aproximación cognitiva al prejuicio se inicia con *La naturaleza del prejuicio*, obra pionera de G. Allport publicada en 1954. Los procesos de categorización ayudan a simplificar la complejidad del entorno social a la vez que permiten identificar rápida y fácilmente a

un objeto a partir de las características comunes que comparte con la categoría en la que se incluye. Y ello, sin despreciar la valoración emocional con la que se acompaña a la categoría (Echebarría y González, 1995).

Esto nos permite entender la facilidad con la que el individuo enfrentado a una situación social novedosa, compleja y vivida como amenazante pueda recurrir al pensamiento simplificado de un prejuicio como manera rápida y fácil de organizar su respuesta. Estudios clásicos de la psicología social como los iniciados por Festinger (1954) señalan la tendencia en el proceso cognitivo a favorecer a los miembros del *endogrupo* y establecer barreras diferenciales con los miembros del *exogrupo*.

Otro factor relevante para entender el fenómeno del prejuicio tiene que ver con el tema de la identidad. Como nos recuerda Brown (1998), las amenazas (reales o deliberadamente construidas) a la identidad social de las personas provocan el aumento de los intentos por diferenciar positivamente a los miembros del *endogrupo* frente a los miembros del *exogrupo* amenazador (Sandoval, 2006).

Hoy en día, hay que recordar que frente a las formas tradicionales del prejuicio basado en las razas, las formas actuales de prejuicio han sabido adaptarse a una sociedad más compleja y diversificada. Aunque la cuestión racial puede seguir siendo retomada por algunos grupos radicales, lo habitual es que nos encontremos con una nueva forma, más moderna y sutil, del prejuicio, como es el sustentado en las pretendidas diferencias culturales insalvables e irreconciliables, que conllevan la incapacidad para la convivencia y la integración. Es lo que Wiewiorka (1992) denominaba el nuevo racismo. A nivel emocional, esta nueva forma de prejuicio moderno no se caracteriza tanto por la expresión directa de sentimientos de hostilidad como por una actitud de reserva, distanciamiento y desconfianza. Y a nivel cognitivo, el conjunto de creencias que sustentan la actitud ya no está basado en las diferencias raciales, sino en las diferencias culturales, como si cada autóctono y cada inmigrante fueran el reflejo puro y estático de sus culturas de origen, entendiendo a las culturas como realidades estanco que se imponen a la persona, que no varían y que resultan cosmologías irreconciliables entre sí. Frases como: “Son ellos los que no se quieren integrar”; “No les deseo ningún mal, pero la gente de aquí no entiende qué hace una mezquita en un barrio como el nuestro”; “Van a acabar con nuestras costumbres” o la célebre rima “No soy racista, pero...”, resultan ejemplos cotidianos de la capacidad del prejuicio para adaptarse a los tiempos de la globalización y el aparente mundo sin fronteras. Estos prejuicios se transmiten en la comunicación interpersonal. Pero

también, cambiando la enunciación, se dan en discursos más formales: desde los discursos periodísticos hasta los ensayos de autores como Sartori (2001). Sin embargo, uno de los fenómenos comunicativos que puede propiciar el mayor cultivo de prejuicios es el rumor.

En 1947, Allport y Postman publican *The Psychology of Rumor*, su ya clásico trabajo de análisis en el que definen al rumor como “una proposición específica para creer, que se pasa de persona a persona, por lo general oralmente, sin medios probatorios seguros para demostrarla” (1967, p. xi). Se interesan, además, por las características psicológicas que rodean al fenómeno comunicativo del rumor y en el que destacan la relevancia del tema y la ambigüedad interpretativa de los datos como las dos características imprescindibles de todo rumor para que acabe circulando con éxito. Entendiendo el rumor como versión simplificada y generalizadora de un hecho aislado, los mismos autores también investigan las motivaciones que rodean a su nacimiento. Las diferentes posibilidades irían desde la voluntad deliberada de generar un clima de odio y exclusión alrededor de una persona o grupo hasta el deseo, más bien involuntario, de aparecer como más enterado de lo que realmente está uno.

En el caso que nos ocupa, los rumores contra la inmigración y la diversidad cultural, la urgencia de hacerles frente es imperiosa para poner las bases de una convivencia social no viciada por los prejuicios. Por ello, no creemos que la estrategia del silencio y la espera a que el rumor se difumine hasta acabar desapareciendo sean la mejor forma de abordar el problema del rumor (Kapferer 1989, p. 240). El silencio como respuesta puede dar mayor fuerza a la consolidación de las creencias negativas y el afianzamiento de los prejuicios entre determinada población. Al no encontrar argumentos en oposición, los rumores que vehiculan el prejuicio se pueden acabar convirtiendo en lugares comunes. Repensando el trabajo de Noelle-Neumann (2003) sobre la opinión pública y la “espiral del silencio”, podemos considerar que a medida que una opinión y/o comportamiento inadecuados se van mostrando en público sin recibir sanción, su misma visibilización los hace ganar fuerza. La inhibición ante un tema puede dar la (falsa) impresión de que aquellos que se manifiestan (en nuestro caso, los que alimentan los rumores para generar un clima público contrario a la inmigración) son más fuertes y tienen mayor respaldo del que realmente poseen. A medida que se consolida el rumor, pasa a formar parte de las conversaciones privadas y públicas, y se va expresando cada vez con mayor grado de confianza al no recibir contraargumentación ni invalidación. Así va cobrando forma una suerte de consenso general. En palabras de Noelle-Neumann:

Dar a conocer una conducta que viola normas sin censurarla enérgicamente la hace más adecuada socialmente, más aceptable. Todos pueden ver que esa conducta ya no aísla. Los que rompen normas sociales anhelan con frecuencia recibir las mínimas muestras de simpatía pública. Y su avidez está justificada, porque de ese modo la regla, la norma, queda debilitada. (2003, p. 206)

Una forma de visibilización y reforzamiento del rumor se produce cuando traspassa el habitual escenario de la comunicación interpersonal y salta al discurso periodístico. En este sentido, Israel (2000) habla de ruidos interculturales definiéndolos como "...distorsiones que se producen en la representación informativa de los otros, es decir, en la construcción informativa de la diferencia". Además, estos ruidos interculturales se constituyen en una barrera intercultural para la convivencia en la diversidad.

Las dificultades para aprehender el fenómeno comunicativo del rumor se amplían en la sociedad digital. Si el medio de difusión del rumor tradicional era la comunicación interpersonal, en la sociedad actual las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) también se convierten en canal de difusión de rumores. Un ejemplo de ello lo recogen Fine y Ellis (2010, pp. 73-74) cuando recuerdan el acto Un día sin inmigrantes organizado, el 1 de mayo de 2006, por inmigrantes latinos en Estados Unidos. La iniciativa tenía como propósito fundamental que la sociedad estadounidense percibiera claramente la importancia de los inmigrantes en la economía y en la sociedad del país. Para ello se hicieron manifestaciones, los estudiantes latinos no fueron a la escuela y los trabajadores no fueron a sus puestos de trabajo. Lo que pretendía ser un acto reivindicativo y de toma de conciencia acabó volviéndose en su contra cuando, a través de correos electrónicos, empezaron a circular estadísticas aparentemente fidedignas sobre el descenso de delitos cometidos ese mismo día (según algunas de estas estadísticas, el vandalismo había disminuido un 73%, según distintos correos electrónicos los delitos violentos bajaron un 28% y para otros descendió hasta un 48%, etc.). Estas estadísticas iban acompañadas con comentarios del tipo: "Deberían protestar cada día". Pero también en las TIC está la herramienta de trabajo para hacer frente a los rumores y este estudio se va a centrar en el uso de las TIC para la lucha contra los rumores a través del análisis de la web *bcnantirumors* del Ayuntamiento de Barcelona.

## 2.2. UNA PROPUESTA DE FRENO DE RUMORES DESDE LAS TIC.

En primer lugar, una breve explicación de la política pública del Ayuntamiento de Barcelona concretada en el Plan Barcelona

Interculturalidad. Esto permitirá tener una idea más exacta del proyecto global en que se inserta la web que se analizará más concretamente: la web *bcnantirumors*. Para dar el contexto de estas políticas públicas, conviene recordar los cambios demográficos que han convertido a España en un país receptor de un notable número de inmigrantes desde finales del siglo XX. Esto ha planteado nuevos retos a las políticas públicas que pretenden mejorar la convivencia entre ciudadanos procedentes de culturas diversas. Desde el Ayuntamiento de Barcelona se plantea elaborar un plan para abordar la creciente interculturalidad que vive la ciudad.

El Plan Barcelona Interculturalidad se ha ido gestando a partir de distintas iniciativas del municipio barcelonés y que arrancan con el primer Plan Municipal para la Interculturalidad presentado en el año 1997. Desde aquella fecha se han producido distintas actuaciones y planteado diversas políticas públicas que no corresponde a este texto detallar<sup>2</sup>. En el 2009, el Ayuntamiento de Barcelona inicia y lidera el Plan Barcelona Interculturalidad, pero como es de esperar en cualquier política pública que se pretenda eficaz, rápidamente se ve la necesidad de conseguir la implicación activa de la sociedad civil. Así pues, en el Plan Barcelona Interculturalidad colaboran, según datos del propio Ayuntamiento, más de 4.000 personas pertenecientes al tejido social y asociativo de la ciudad. Partiendo del objetivo inicial de conseguir un análisis de la situación actual de la ciudad y plantear propuestas para mejorarla con la mayor participación ciudadana posible, el proceso participativo de personas y entidades está estructurado en cinco grandes temas: la valoración de la diversidad, las dificultades identificadas en la interacción de las personas, los factores facilitadores de dicha interacción, los elementos comunes propios de todos los habitantes de Barcelona, y la identificación de los espacios reales de interculturalidad en la ciudad.

El Plan identifica 10 ámbitos estratégicos de actuación, 30 objetivos a alcanzar y 90 medidas a tomar, haciendo especial énfasis en la transversalidad de forma que implica a las políticas públicas de todos los servicios (ya sean de educación, cultura o urbanismo) para que la interculturalidad esté presente en todas las políticas públicas del Ayuntamiento.

Para la propuesta del presente trabajo, nos centraremos en el octavo ámbito del Plan Barcelona Interculturalidad<sup>3</sup> que lleva por título "Rumores y estereotipos: del estereotipo al conocimiento" y en el que se propone una estrategia comunicativa para combatir los rumores negativos y sin fundamento que dificultan la convivencia en la diversidad cultural. También en este ámbito se ha buscado implicar a muchas personas y a

<sup>2</sup> Véase, por ejemplo, el Programa Barcelona Diálogo Intercultural de 2008 ←[http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/castella/programa\\_dialogo.html](http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/castella/programa_dialogo.html)→ [consultado en agosto 2011].

<sup>3</sup> Véase: [http://www.bcn.cat/novaciutadania/pdf/es/PlaBCNInterculturalitatCast130510\\_es.pdf](http://www.bcn.cat/novaciutadania/pdf/es/PlaBCNInterculturalitatCast130510_es.pdf) [consultado en agosto 2011].

actores sociales representantes de la sociedad civil de la ciudad. De esta manera se ha conseguido la participación de personas y entidades vinculadas a la diversidad y a la interculturalidad procedentes de distintos sectores: cultural, académico, religioso, etc. Según el propio Ayuntamiento han colaborado más de 3.000 personas y 250 entidades. La plataforma comunicativa de este proyecto es la web *bcnantirumors* (Red BCN Antirumores)<sup>4</sup> que está directamente vinculada al Plan Barcelona Interculturalidad<sup>5</sup>.

Antes de entrar en el análisis de la plataforma, es conveniente resaltar otra de las estrategias antirumor que resultan fundamentales para el Ayuntamiento de Barcelona y que tiene en cuenta que la comunicación interpersonal sigue siendo un vehículo de difusión importante de los rumores. En este caso, la estrategia antirumor se basa en la formación de los que denominan “agentes antirumores”. Mediante cursos gratuitos de 12 horas, se forma a personas voluntarias pertenecientes a entidades cívicas, culturales, religiosas, etc., para convertirse en agentes con argumentos para poder desmentir los rumores relativos a la inmigración en el cara a cara de la conversación cotidiana. Según la propia web *bcnantirumors*, entre mayo de 2010 y marzo de 2011, hicieron este curso 250 personas de diferentes entidades de la ciudad. Los objetivos del curso, del que se hizo una nueva edición en octubre de 2011, son varios: reflexionar sobre los conceptos de cultura y diversidad, analizar los procesos de creación y potenciación de estereotipos, rumores y prejuicios, ofrecer instrumentos para la gestión de los rumores y prejuicios, y adquirir competencia práctica de antirumores para aplicarla en los diálogos cara a cara. Aunque este aspecto no forma parte del objeto de estudio de esta investigación, consideramos que se trata de una iniciativa que merecería un estudio concreto. Por nuestra parte nos centraremos en el análisis de la web *bcnantirumors*.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1 OBJETIVOS

El objetivo de este texto es presentar una experiencia de política pública municipal vinculada a la interculturalidad. Más concretamente, se analizará la experiencia propuesta por el Ayuntamiento de Barcelona y su manera de combatir los rumores contra la diversidad cultural a través del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

En este texto se pretende hacer la descripción, el análisis y la consiguiente reflexión sobre una experiencia muy interesante de política pública local, relacionada con la interculturalidad, que intenta abordar uno de los fenómenos comunicativos más

difíciles de controlar: el rumor. Consideramos que se trata de una experiencia suficientemente singular para que merezca la atención de los investigadores de la comunicación al recoger un fenómeno comunicativo clásico como es el rumor desde un abordaje nuevo como son las TIC. Así pues, el objetivo concreto es analizar la calidad de la web *bcnantirumors*, a partir de distintos criterios, y reflexionar asimismo sobre sus contenidos.

#### 3.2 OBJETO DE ESTUDIO

Se va a analizar la página web señalada a partir de dos criterios distintos. En primer lugar, se va a hacer un análisis comparativo de tres webs que están relacionadas e interconectadas. En segundo lugar, nos centraremos en el análisis de los contenidos de la web *bcnantirumors*.

Las tres web analizadas son la web principal del Ayuntamiento de Barcelona <<http://www.bcn.cat/>>, la del Plan de interculturalidad de dicho ayuntamiento <<http://www.interculturalitat.cat/>> y la del proyecto Barcelona Antirumores <<http://www.bcnantirumors.cat/>>, también del Ayuntamiento de Barcelona. La comparación se hace necesaria para ver si dentro de la propia institución, el Ayuntamiento de Barcelona mantiene los niveles de accesibilidad y de visibilidad en todas ellas. De hecho, todas las webs mencionadas están conectadas entre sí mediante enlaces. Para realizar este análisis se ha seguido la metodología propuesta por Codina (2004) y aplicada por Pont-Sorribes, Codina y Pedraza-Jiménez (2009).

#### 3.3 TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

El análisis de las páginas web se llevó a cabo en septiembre de 2011. En primer lugar, se ha evaluado la accesibilidad de los tres sitios web porque es uno de los indicios de la calidad de las web. La accesibilidad hace referencia a la adecuación de los contenidos a usuarios con necesidades especiales (tales como deficiencias visuales, auditivas, etc.). Como nos recuerdan Pont-Sorribes, Codina y Pedraza-Jiménez (2009) la accesibilidad se evalúa a partir de tres niveles:

A. Requisitos de prioridad 1: los que el sitio web ‘tiene’ que satisfacer para que las personas con necesidades especiales puedan tener acceso a la información.

AA. Requisitos de prioridad 2: lo que la web ‘debe’ cumplir.

AAA. Requisitos de prioridad 3: los que el sitio web ‘puede’ cumplir para optimizar la accesibilidad de sus usuarios. (p. 393)

Otro indicio de la calidad de las web es la visibilidad y la popularidad que pueda tener su página principal. Para valorar su

<sup>4</sup> Véase <http://www.bcnantirumors.cat/> (consultado en agosto 2011).

<sup>5</sup> Véase [www.interculturalitat.cat](http://www.interculturalitat.cat) (consultado en agosto 2011).

### Web del Ayuntamiento de Barcelona



### Web Plan Barcelona Interculturalidad



### Web Red BCN Anti-rumores



visibilidad se han utilizado, siguiendo el trabajo de Pont-Sorribes, Codina y Pedraza-Jiménez (2009), los siguientes medidores:

- *PageRank* (visibilidad) según Google: esta medida va de 0 a 10, siendo 10 la puntuación máxima.
- *TrafficRank* (popularidad) según Alexa: muestra la posi-

ción que ocupa la página analizada en el ranking mundial de las webs más visitadas que elabora Alexa. La puntuación máxima es 1. Es decir, ser la página más popular (visitada) del mundo. Una página será más popular cuanto menor sea su número de orden en la clasificación *TrafficRank*.

- Número de enlaces que recibe cada sitio web según *Yahoo*: cuantos más enlaces recibe una web, más probable es que aparezca entre los primeros resultados de un motor de búsqueda.

- Número de webs indexadas por *Yahoo* de cada sitio web: esta medida indica cuántas páginas de un sitio web pueden ser recuperadas por un buscador. De nuevo es muy positivo tener un elevado número de páginas indexadas.” (p. 394)

Se trata de webs relacionadas entre sí a la manera de una matrioska. Así como la web del Ayuntamiento es la página de presentación principal de la institución (lo que implica una gran variedad de información para los usuarios), la del Plan de Interculturalidad hace referencia a una política pública concreta dirigida a potenciar la convivencia intercultural y, por último, la web *bcnantirumors* aporta estrategias comunicativas para hacer frente a los rumores contra la diversidad cultural y la inmigración.

Un análisis comparativo de las webs permitirá comprobar si tienen el mismo nivel de accesibilidad y si, como parecería lógico, la visibilidad y popularidad va de mayor a menor en las tres web, teniendo en cuenta su amplitud temática; esto es, sería mayor la de la web principal del Ayuntamiento de Barcelona y menor para el caso de la web *bcnantirumors*.

Por último, se analizarán los contenidos sólo de la web *bcnantirumors*. Obviamente la web se va modificando periódicamente, por ello se hará una descripción de sus aspectos más significativos. Se describirán los contenidos de dicha página web, centrándonos sobre todo en los tipos de materiales que se utilizan, en los rumores que se combaten y en el tipo de discurso que aparece.

## 4. RESULTADOS

Como se puede apreciar en la Tabla 1, es sorprendente la cantidad de errores que tienen las webs analizadas. Podríamos señalar claramente que ninguna cumple con los requisitos mínimos para permitir el acceso de sus contenidos a personas con necesidades especiales. Al tratarse de webs de instituciones públicas, se tiende a pensar que este aspecto estaría mucho más cuidado. La web del Ayuntamiento puede ser

**Tabla 1: Test de Accesibilidad Web**

Sitio	Prioridad 1	Prioridad 2	Prioridad 3	Total
Ayuntamiento Barcelona	165	155	13	333
Plan Interculturalidad	130	108	50	288
Red Anti-rumores	185	134	60	379

Fuente: elaboración propia

la puerta de entrada a las otras dos webs, por consiguiente, la accesibilidad para personas con necesidades especiales debería ser un requisito obligado. En cuanto a las otras dos páginas analizadas, no estaría de más que ampliaran también su accesibilidad para este perfil de posibles usuarios. La diversidad cultural no puede ser impedimento en su aplicación a otras diversidades.

Para finalizar, hay que destacar que la web con menos errores de accesibilidad es la del Plan Interculturalidad del Ayuntamiento <<http://www.interculturalitat.cat/>>

En la Tabla 2 recogemos los resultados de visibilidad y popularidad de las webs analizadas. Como es lógico suponer, la web con mayor visibilidad y popularidad es la página principal del Ayuntamiento de Barcelona. Pero donde encon-

**Tabla 2: Medidas de visibilidad y popularidad**

Sitio	Page-Rank (Google)	TrafficRank (Alexa)	Enlaces recibidos (Yahoo)	Páginas indexadas (Yahoo)
Ayuntamiento Barcelona	7	21.808	119.341	14.947
Plan Interculturalidad	6	13.881.653	7.003	211
Red Anti-rumores	4	8.017.746	1.849	261

Fuente: elaboración propia

tramos algún resultado inesperado es en los datos de las otras dos webs. Se podría pensar que la web del Plan Interculturalidad debería tener una mayor visibilidad y popularidad, ya que es más general. Pero no todos los resultados obtenidos confirman este aspecto. Según el TrafficRank (Alexa), la web *bcnantirumors* es una página más visitada que la del Plan Interculturalidad. Una posible explicación a contrastar sea que quizás este mayor número de visitas responda a la sinergia entre los agentes antirrumores, de los que hemos hablado anteriormente, y los contenidos de la página web, que veremos a continuación. Los materiales que se encuentran en dicha página quizás propician visitas repetitivas de sus usuarios.

Por último, también hay que destacar que la web del Plan Interculturalidad tiene más enlaces recibidos (Yahoo) que la web *bcnantirumors*. Sin embargo, sucede lo contrario en cuanto a las páginas indexadas (Yahoo). Así pues, podríamos decir que la web *bcnantirumors* está bien posicionada respecto a su popularidad. En algunos aspectos está incluso por encima de la web de la que parte, la del Plan Interculturalidad.

Entrando en los contenidos propiamente de la página web *bcnantirumors* es preciso destacar que la estrategia comunicativa se basa en tres acciones enunciadas explícitamente:

1. “Delante de los rumores infórmate”
2. “Delante de los estereotipos piensa”
3. “Delante de los prejuicios actúa”.

Cada una de estas acciones es una pestaña de la web que permite encontrar distintos recursos. Parecen especialmente interesantes estas tres ideas fuerza porque plantean una actuación meditada e informada contra los rumores. Frente al rumor se contraponen la información. Pero no solo se propone información, sino que uno se informe, es decir, que se actúe buscando dicha información. Como se podrá ver, se trata de tres ideas fuerza muy proactivas. Ante los estereotipos se pide que se tenga conciencia del propio estereotipo y que se reflexione sobre el contenido del mismo porque, recordemos, aquellos estereotipos que ocultan su naturaleza bajo la forma de tópicos indiscutibles son los más difíciles de combatir. Por último, se solicita no sólo un cambio personal, se trata de adoptar una postura firme y activa para atajar los prejuicios que circulan por la sociedad. De esta forma se enlaza con los agentes antirrumores, que ya hemos comentado.

El material escrito es mayoritario en la web, pero también hay cuñas de radio y materiales audiovisuales. Las

cuñas de radio tratan de los siguientes temas: “Nos están invadiendo”, “no pagan impuestos”, “son incívicos”, “nos hacen perder la identidad” y, finalmente, “se quedan con todas las ayudas”. En cuanto a los videos, es destacable el uso del humor en algunos de ellos. El tema es abordado con la recreación humorística de una situación mediante actores. Los temas tratados hasta ahora desde esta recreación basada en el humor, son: el uso de la lengua (catalán), el comercio de los inmigrantes y el tema de la identidad. Como puede apreciarse, el tema de la lengua y la identidad son asuntos con una gran carga simbólica, de forma que el humor utilizado es un excelente recurso para intentar no herir sensibilidades. De todas formas, también hay videos con materiales informativos de otras instituciones: la Oficina de Derechos Sociales (Sevilla), un fragmento de una tertulia de TVE (el programa 59 segundos), o piezas de los informativos de TVE y de TV3 (la televisión pública catalana) sobre el proyecto de la web *bcnantirumors*. Finalmente, hay otro video en el que, de nuevo, se recurre al humor. Se trata un fragmento de un programa de humor sobre la actualidad de la inmigración en España (el programa es *El Intermedio*) de la cadena privada de televisión La Sexta.

Como se ha apuntado en el inicio del presente trabajo, la casuística de los rumores es muy amplia y por ello se hace necesario concretar los rumores a combatir cuando se diseña la estrategia antirumor. En este sentido, en la web se recogen 12 rumores, considerados como los que más afectan de forma general a la población extranjera de Barcelona. Estos rumores son:

1. “Nos están invadiendo”
2. “Copan las ayudas sociales”
3. “No pagan impuestos”
4. “Reciben ayudas para abrir comercios y no son inspeccionados”
5. “Abusan del servicio sanitario y colapsan las urgencias”
6. “Estamos perdiendo identidad”
7. “No conocen las normas, son incívicos”
8. “Viven apiñados y bajan el nivel de los pisos”
9. “Bajan el nivel de las escuelas”
10. “Sobreocupan y hacen mal uso del espacio público”
11. “No tienen formación. Nos arrebatan el trabajo”
12. “Son una carga y no se quieren integrar”

Cada uno de estos rumores, mediante un clic, permite entrar en una nueva pantalla que, en primer lugar, da datos e informaciones que lo desmienten y ofrece, a continuación,

más información relacionada. Está claro que puede haber rumores que hagan referencia a colectivos de inmigrantes específicos, pero la estrategia adoptada permite maximizar el esfuerzo antirumor, por un lado, y no caer en la diferenciación –y posible estigmatización– de colectivos concretos dentro de la inmigración. Hay que recordar que no todos los inmigrantes son representados de la misma manera (Santamaría 2002) y, por ello, consideramos que la diferenciación podría conllevar todavía una mayor estigmatización.

La forma más clara para combatir rumores y prejuicios infundados es aportar datos. Por ello, el discurso mayoritario es un discurso informativo, que va desde los datos estadísticos hasta los textos periodísticos. También hay materiales didácticos para desmontar los estereotipos sobre la inmigración. Pero quisiéramos volver a destacar también en este apartado el uso del humor como recurso en algunos de los discursos audiovisuales que aparecen en la web. El humor es importante para desdramatizar y poner de manifiesto, de una forma más eficaz, las contradicciones de algunos de los prejuicios que se dan sobre la inmigración. El recurso humorístico permite una aproximación al cuestionamiento de creencias falsas desde una postura personal más relajada.

## 5. CONCLUSIONES

Es difícil combatir los rumores. Hay que tener en cuenta que el rumor, más que un medio de comunicación, es un tipo de discurso muy escurridizo. Es un discurso polimórfico, pues trata de temas diversos y adquiere formas diversas, transmediático porque, aunque originariamente se transmitía a través de la comunicación interpersonal, las TIC se han convertido en un canal preferente para su difusión, y coral, al carecer de un enunciador claro o, como mínimo, de una fuente oficial. De ahí la importancia de políticas públicas que intenten favorecer la interculturalidad, atacando los rumores que perjudican la convivencia ciudadana.

La web *bcnantirumors* es un caso interesante por la novedad de la propuesta. En ella se combinan tanto la acción de la comunicación interpersonal, a través de los agentes antirumores, como la utilización de las TIC con la web que ha sido objeto de estudio en esta investigación.

Más allá de las mejoras técnicas que se podrían hacer de la web, la estrategia comunicativa del contenido parece acertada. A nivel formal, la utilización de material audiovisual ayuda a la comprensión del fenómeno; el recurso



del discurso humorístico resulta una herramienta muy útil para tratar temas tan sensibles como el referente a la identidad; y los diferentes enlaces permiten que el usuario acceda a más información si así lo desea. A nivel de contenido, en primer lugar, uno de los aspectos que quisiéramos destacar tiene que ver con la actitud proactiva que fomenta la web. Ante los rumores, todos podemos hacer algo para combatirlos. En segundo lugar, otro aspecto destacado es que no identifica a los inmigrantes según su origen de procedencia, lo que evita posibles dis-

crimaciones. En tercer lugar, la web hace una delimitación clara y concreta de doce importantes rumores en contra de la diversidad cultural. Y, finalmente, los datos y argumentos proporcionados permiten combatir de manera fiable cada rumor.

En definitiva, en este “abigarrado mundo policultural” (Bauman, 2005, p. 31) la convivencia intercultural no solo se puede ver favorecida por la acción de desvelar las falsedades que circulan a través de los rumores, sino también por la posibilidad de empatizar con los colectivos que son precisamente estigmatizados por dichos rumores.

#### **SOBRE LOS AUTORES:**

**Miquel Rodrigo Alsina**, español, es doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. / Catedrático de Teorías de la Comunicación en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra. / Su área de investigación principal es la interculturalidad.

**Pilar Medina Bravo**, española, es doctora en Psicología por la Universidad de Barcelona. / Profesora de Comunicación Intercultural en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra / Su área de investigación principal es la interculturalidad.

## REFERENCIAS

- Adorno, T. W. et al. (1965). *La personalidad autoritaria. Estudios sobre el prejuicio*. Buenos Aires: Proyección.
- Allport, G. W. & Postman, L. (1967). *Psicología del rumor*. Buenos Aires: Psiqué.
- Bauman, Z. (2005). *Identidad*. Madrid: Losada.
- Berger P.L. y Luckmann, T. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós.
- Brown, R. (1998). *Prejuicio. Su psicología social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Codina, L. (2004). Posicionamiento en la web: conceptos y ciclos de vida. *Hipertext.net*, 2. [http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/posicion\\_web.html](http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/posicion_web.html) (consultado en julio 2011)
- Echebarría, A. y González, J. L. (1995). Aproximación cognitiva al prejuicio I. Allport y los procesos de categorización. En: A. Echebarría, M. T. Garaigordobil, J. L. Gonzáles, y M. Villarreal. *Psicología social del prejuicio y el racismo*. Madrid: Centro de Estudios Ramon Aceres, pp. 27-48.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Fine, G.A. & Ellis, B. (2010). *The Global Grapevine. Why Rumors of Terrorism, Immigration, and Trade Matter*. Nueva York: Oxford University Press.
- Israel, E. (2000). Bases para el periodismo intercultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, 34. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/43estrella.htm> (consultado en julio de 2011)
- Kapferer, J-N. (1989). *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*. Barcelona: Plaza&Janes.
- Noelle-Neumann, E. (2003). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Pont-Sorribes, C., Codina, L. & Pedraza-Jiménez, R. (2009). Comunicación de riesgo y sistemas de información en la Web: cinco modelos. *El profesional de la información*, 18(4), 389-397.
- Reumaux, F. (1996). *La veuve noire. Message & transmission de la rumeur*. Paris: Meridiens Klincksieck.
- Rokeach, M. (1960). *The open and closed mind*. New York: Basic Books.
- Sandoval, C. (2006). *Los otros amenazantes. Los nicaragüenses y la formación de identidades nacionales en Costa Rica*. San José de Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Santamaría, E. (2002). *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la "inmigración no comunitaria"*. Barcelona: Anthropos.
- Sartori, G. (2001). *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Madrid: Taurus.
- Watzlawick, P. (1986). *¿Es real la realidad? Confusión - Desinformación - Comunicación*. Barcelona: Herder.
- Wieviorka, M. (1992). *El espacio del racismo*. Barcelona: Paidós.