

NOTA METODOLÓGICA

Compendio de percepciones sobre la migración en España y recomendaciones para el cambio de narrativas

1. Los dos estudios de segmentación actitudinal Oxfam – Cualigrama

Entre noviembre de 2017 y marzo de 2018 Oxfam Intermon comisionó la realización en España de un estudio de percepciones sobre la migración y las personas refugiadas que incluía por primera vez un ejercicio de segmentación actitudinal. El estudio tenía como objetivo identificar las opiniones y emociones mayoritarias, entender los elementos clave del imaginario común sobre la migración en España y las narrativas que lo apuntalan, así como identificar los distintos grupos de perfiles actitudinales de la población, sus características y sus resortes de movilización.

Es estudio consistió en tres fases. Una fase de análisis bibliográfico y entrevistas a personas expertas que permitió, entre otras cosas, identificar conceptos, contenidos y estímulos para las fases posteriores. Una fase de análisis cuantitativo, consistente en la administración de entrevistas en línea a una muestra representativa de la población adulta, que permitió caracterizar las opiniones mayoritarias y los elementos clave del imaginario común sobre las migraciones. Y una tercera fase, cuantitativa-cualitativa, que consistió en un análisis multivariante que permitió la identificación de los cuatro perfiles actitudinales y una serie de grupos de discusión que permitieron una mejor caracterización de cada perfil, de sus valores, preocupaciones, de las narrativas que manejan y de sus resortes de movilización.

Entre noviembre de 2019 y febrero de 2020 Oxfam Intermón comisionó un segundo estudio, inspirado por el anterior, con los objetivos de actualizar los datos cuantitativos y cualitativos para cada perfil o segmento actitudinal, comprender mejor las percepciones y estereotipos más prevalentes con respecto a las mujeres migrantes, y establecer un patrón evolutivo a través de la comparación entre los datos obtenidos en ambos estudios, así como con los resultados de un estudio similar realizado por Oxfam en Perú, Colombia y Ecuador. El estudio consistió en una fase cuantitativa de administración de entrevistas en línea y una fase cuantitativa-cualitativa de análisis multivariante y grupos de discusión centrados en el perfil mayoritario: el grupo ambivalente.

2. Fase de análisis bibliográfico y entrevistas a personas expertas (estudio 2017-2018)

Esta fase incluyó entrevistas individuales y en grupo a seis personas expertas¹ en el área de la comunicación para fines sociales así como una revisión extensa de la bibliografía existente, en España

¹ D. Agustín García Matilla, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Valladolid en Segovia. Decano. Dña. Pilar San Pablo, Profesora del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Valladolid, Docente en el Máster en Comunicación con Fines Sociales, Universidad de Valladolid. Dña. Eva Navarro, Profesora de Teoría de la Cultura y Educación Mediática y vicedecana de Estudiantes y Prácticas de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. D. Miguel Vicente Mariño Secretario Académico en el Máster en Comunicación con Fines Sociales, docente en Campañas con Fines Sociales: Técnicas de Investigación y de Evaluación y Control de Resultados. Dña. Susana de Andrés, Profesora en la Facultad de CC. Sociales Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. D. Carlos Arcila, Profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca (España). Miembro del Observatorio de contenidos audiovisuales (OCA). Editor del Anuario

y en Europa, sobre percepciones de la migración y estudios de segmentación actitudinal sobre el mismo tema realizados en otros países, a nivel teórico y práctico. Se hizo también una revisión de las principales tendencias narrativas mediante el análisis de contenidos en redes sociales.

Esta fase arrojó un primer compendio de percepciones generales de la ciudadanía española sobre las personas migrantes, apuntando ya algunos de los posicionamientos existentes al respecto y los argumentos a favor y en contra más recurrentes. Permitió, asimismo, identificar conceptos, contenidos y estímulos para las fases posteriores.

3. Metodología cuantitativa y análisis 'cluster' actitudinal (estudios 2017-18 y 2019-20)

Estudio de 2017-18. Para la etapa cuantitativa se realizó la siguiente aproximación con suficiente tamaño muestral como para poder extrapolar las conclusiones al total de la población adulta española.

- **Metodología aplicada:** Entrevista Cuantitativa Autoadministrada Online (CAWI).
- **Universo:** Población de 18 a 70 años, residente en España y representativa de población general.
- **Tamaño muestral:** 803 entrevistas en total.
- **Cuotas:** Se fijaron cuotas representativas del sexo y la edad, con 4 cortes de edad.
- **Error Muestral:** $\pm 2,89\%$, para un nivel de confianza del 95,5% y condiciones más desfavorables de muestreo de $p=q=0,5$.
- **Ámbito:** Nacional representativo, teniendo en cuenta los pesos poblaciones de cada región y fijados según tamaño representativo de las 7 áreas *Nielsen* en las que se divide el territorio.
- **Tipo de cuestionario:** Se aplicó un cuestionario semiestructurado con preguntas tanto cerradas como abiertas. Ha supuesto una duración aproximada de 15 minutos.
- **Fechas del trabajo de campo:** del viernes 1 al miércoles 6 de diciembre del 2017

Estudio de 2019-20. Para esta etapa cuantitativa se realizó la siguiente aproximación, replicando una metodología similar a la del 2017-18, de forma que se puedan hacer extrapolaciones de las conclusiones al total de la población adulta española, así como analizar su evolución.

- **Metodología realizada:** Entrevista Cuantitativa Autoadministrada Online (CAWI).
- **Universo:** Población de 18 a 70 años, residente en España y representativa de población general.
- **Tamaño muestral:** 1.009 entrevistas en total.
- **Cuotas:** Cuotas representativas del sexo y la edad, con 4 cortes de edad.

- **Error Muestral:** $\pm 3,16\%$, para un nivel de confianza del 95,5% y condiciones más desfavorables de muestreo de $p=q=0,5$.
- **Ámbito:** Nacional representativo, teniendo en cuenta los pesos poblacionales de cada región y fijados según tamaño representativo de las 7 áreas *Nielsen* en las que se divide el territorio.
- **Tipo de cuestionario:** Se aplicó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, que se tabuló posteriormente con los distintos segmentos de análisis. Duración inferior a los 15 minutos. Se mantuvo en torno al 80% del cuestionario del estudio anterior, incorporando las nuevas preguntas al final para evitar que su inclusión interfiriera en la comparabilidad de los resultados.
- **Fechas del trabajo de campo:** del 16 al 21 de diciembre del 2019, en similares fechas a las realizadas en la oleada anterior para mantener la comparabilidad máxima de resultados.

Análisis *Cluster* Actitudinal

Este análisis multivariante utiliza técnicas matemáticas que tienen por objeto la búsqueda de grupos similares de individuos con respecto a una serie de variables. Para el análisis de segmentación actitudinal que nos ocupa se clasificaron los grupos según su posicionamiento con respecto a una serie de actitudes frente a la migración en sentido amplio (el hecho en sí, las personas migrantes y las personas refugiadas) y con respecto a la implicación y conciencia relativa a la misma. De este modo, se logra clasificar a la población según sus pensamientos y actitudes, en vez de agruparlos según criterios más racionales que no tienen en cuenta sus valores y emociones. Este análisis es especialmente valioso para dirigir los mensajes y comunicaciones a los distintos grupos, ya que tiene en cuenta las opiniones previas y permite trabajar en el modo de comunicar más eficientemente a estas ideas y corrientes de opinión preconcebidas. Para lograr análisis *cluster* sustancioso, se precisan tamaños muestrales potentes, de modo que se puedan hallar no sólo los grupos mayoritarios, sino también los grupos minoritarios de las distintas corrientes de opinión.

En el año 2017 se realizó un análisis *cluster* actitudinal que segmentaba al universo según sus diferentes actitudes hacia las personas migrantes y refugiadas a través de una batería de preguntas en las que se solicitaba al entrevistado/a que se posicionara en su grado de acuerdo sobre distintas afirmaciones. Estas escalas eran de 5 puntos y respondían a la posibilidad de estar Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Estas baterías de preguntas sobre distintas actitudes emanaban de la información y análisis de la fase cualitativa previa – análisis bibliográfico, de redes sociales, y entrevistas a personas expertas-, lo que permitió preguntar por los aspectos más relevantes y determinantes para el objetivo del estudio.

Para la segmentación, se realizó un Análisis Factorial de Componentes Principales, que permitió apreciar cuáles eran los principales ejes en los que había respuestas homogéneas de las personas entrevistadas. Desde el punto de vista estadístico se optó por 8 factores con valores propios superiores a 1. Sobre esos 8 factores se realizó el análisis *Cluster* No Jerárquico, optando por la solución de 4 grupos o *clusters*, que nos ofrecía una interpretación lo más heterogénea posible entre los grupos y con una consistencia estadística solvente para descender al análisis personalizado del perfil de cada *cluster*.

Factores o ejes seleccionados para la identificación de segmentos actitudinales basados en respuestas homogéneas:

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| 1. Miedo a la inmigración | 5. Grado de movilización |
| 2. Empatía con el prójimo | 6. Atención fuera del país |
| 3. Esfuerzo personal | 7. Optimismo económico |
| 4. Reconocimiento de valores | 8. Reconocimiento economicista |

En el estudio de 2019-2020, se midió la evolución de los distintos grupos actitudinales. Para ello se realizó un ejercicio multivariante de análisis discriminante, que permitía ubicar a cada individuo en cada grupo preestablecido según sus respuestas a las diferentes actitudes propuestas en la encuesta en línea. Para poder realizar este ejercicio se tomaron como referencia las respuestas a los mismos ítems comparables del año 2017. Asimismo, en el diseño del cuestionario se tuvo en cuenta la introducción de los menores sesgos posibles para la comparabilidad de los resultados.

Los resultados de esta fase en ambos estudios incluían la identificación de variables sociodemográficas, de estilo de vida y consumo de medios de comunicación, de opinión sobre la migración y grado de movilización, así como una cuantificación de cada perfil - ¿Cuántas personas engloba cada grupo? -.

4. Metodología cualitativa

La realización de grupos de discusión permite afinar el análisis cualitativo de cada perfil actitudinal, identificando así los elementos clave del imaginario común sobre la migración en España y las narrativas que lo apuntalan, así como los valores, preocupaciones y resortes de movilización de cada grupo.

Estudio de 2017-18. Definición cualitativa de perfiles y subperfiles:

Se realizaron **tres grupos de discusión de larga duración** (2,30h) con seis participantes cada uno, organizados por perfil actitudinal: pro, ambivalente y contra. Con hombres y mujeres (al 50%). Con representación equilibrada de edades entre 20-70 años, en distintas situaciones familiares (sin cargas, con hijos y nido vacío). Diferentes situaciones de actividad (trabajando, personas jubiladas y en paro) y clase social media amplia.

También en este **estudio de 2017-18** se realizaron **cuatro grupos de discusión adicionales**, con seis participantes cada uno, organizados en torno a propuestas comunicativas concretas para seguir investigando las especificidades de cada perfil. Dos horas de duración por grupo. Organizados por perfil actitudinal: pro, ambivalente pro, ambivalente contra y contra. Con hombres y mujeres (al 50%). Con representación equilibrada de edades entre 20-70 años, en distintas situaciones familiares (sin cargas, con hijos y nido vacío) y Diferentes situaciones de actividad (trabajando, personas jubiladas y en paro) y clase social media amplia.

Los grupos de discusión de este primer estudio se realizaron entre enero y marzo de 2018.

Estudio de 2019-20. La definición cualitativa de perfiles se centró en el perfil mayoritario ambivalente-contra o grupo utilitarista, con objeto de valorar las novedades respecto al estudio previo de 2017-2018 y con los objetivos concretos de:

- a. Obtener una mejor comprensión del discurso de las **actitudes hacia las mujeres migrantes y los menores no acompañados**. Entender los argumentos y mecanismos vertebradores del discurso machista que afectan a éste segmento poblacional.
- b. **Explicar los resultados de la fase principal cuantitativa identificando las dimensiones clave** desde el discurso actual en nuestra sociedad.

Se realizaron dos grupos de discusión con seis participantes cada uno, separados en hombres y mujeres, de 2,5 horas de duración. Tuvieron lugar en Madrid en febrero de 2020.