



LA MUJER INMIGRANTE: PROTAGONISTA EN LOS MEDIOS DE INTEGRACIÓN

Revilla Guijarro, Almudena
Departamento de Periodismo y Comunicación Intercultural
Universidad Europea de Madrid
almudena.revilla@uem.es

RESUMEN:

La comunicación aborda, desde la perspectiva de los medios de integración, la imagen de las mujeres inmigrantes en España. Intenta constatar la importancia de su presencia en estos medios frente a la marginalidad que representan en los medios generalistas. La metodología, de carácter cualitativo, se centra en el análisis de los contenidos de los textos extraídos de los periódicos *Latino* y *Sí se puede*, tanto en su versión en papel como en la digital, en dos periodos concretos de los años 2008-2010, dentro del estudio realizado por el grupo Inmigra 2007 de la Universidad Europea de Madrid, y se examina el papel que la mujer inmigrante desempeña en la noticia y su relación con otros actores sociales. También se atiende al enclave que ocupan las informaciones del colectivo de mujeres inmigrantes y a los géneros periodísticos utilizados.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación, mujer, inmigración, medios de integración, análisis de contenido



INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación para inmigrantes han establecido en la última década un cauce de información para este colectivo. En ellos se fomenta la diversidad y la integración de dicho grupo. Dichos medios han dejado de ser una prensa de carácter *amateur* puesta en marcha por asociaciones de inmigrantes para convertirse en espacios de referencia para la población extranjera en España. Las cabeceras de estos medios se multiplicaron en pocos años por el aumento de la población inmigrante, siendo esta una importante oportunidad para el mercado publicitario. Así se produjo un cambio, pues los inmigrantes pasaron de consumidores de noticias a producirlas ellos, ayudados, en ocasiones, por capital español y periodistas de nuestro país.

No hay duda de que en 2012 se puede hablar de un afianzamiento de estos medios y es en ellos en los que se ha querido centrar nuestro estudio para esta comunicación. Se ha considerado que los datos, que se pudieran obtener de las informaciones recogidas en ellos, serían importantes a la hora de establecer una valoración de cuál es la imagen de la mujer inmigrante en los medios de comunicación en España.

Con el análisis de los textos obtenidos en algunos de estos medios, se pretende saber cómo se presenta a este colectivo, qué representación ofrecen y transmiten estos medios de la mujer inmigrante frente a los medios generalistas. El estudio se ha llevado a cabo mediante un análisis cualitativo (también cuantitativo) de las informaciones aparecidas en los periódicos de inmigración *Latino* y *Sí se puede* durante dos periodos concretos en 2008 y 2010, que más adelante se precisarán.

La investigación quería conocer diferentes parámetros. El primero, si existen determinados grupos de mujeres con una nacionalidad concreta de los que la prensa se ocupe más y, en este caso, la prensa dedicada al colectivo inmigrante. También comprobar si estos periódicos imitan al resto de medios transmitiendo una imagen estereotipada de la mujer inmigrante. En qué situaciones la mujer es noticia para estos periódicos. Si únicamente aparecen en los titulares cuando se producen situaciones negativas de violencia doméstica o en situaciones vinculadas con la familia. Si la mujer inmigrante es un mero número frente a la generalidad de la información dedicada a los inmigrantes hombres, o bien se dejan ver subordinadas a informaciones generales.

En primer lugar, en esta comunicación se presenta el estado de la cuestión sobre el asunto de la presencia de la mujer inmigrante en los medios de comunicación españoles y por qué se ha optado por el análisis de la información proporcionada por los medios de integración. A continuación, se explica la metodología que se ha seguido para realizar el estudio de los distintos textos recopilados en el corpus y, para terminar, se sintetizan los resultados obtenidos en el análisis de las noticias de las mujeres del colectivo inmigrante en la prensa denominada étnica. Por tanto, el objeto es constatar la presencia de las mujeres en las informaciones y compararlas con las protagonizadas por los hombres inmigrantes y así trazar la imagen que se obtiene a través de estos medios de integración.



ESTADO DE LA CUESTIÓN

En 2011 el 12% de la población empadronada en España era inmigrante, siendo casi la mitad de ese tanto por ciento (el 47%) mujeres.⁵³² El flujo de mujeres inmigrantes ha crecido en la última década, aunque todavía parece considerarse insignificante su impacto en la sociedad de acogida. Las mujeres parecen siempre depender de un inmigrante hombre. Sònia Parella no parece estar del todo de acuerdo con esta posición, puesto que considera que “las corrientes femeninas de carácter económico siempre han existido y son un elemento clave para comprender los actuales flujos migratorios. [...] Lejos de ser consideradas “desplazadas pasivas”, que sólo migran para acompañar a miembros de sus familias o para reunirse con ellos, los factores económicos predominan en los desplazamientos femeninos” (Sònia Parella, 2003).

En consecuencia, cada vez son más las mujeres que migran y que no quedan reducidas al espacio de lo familiar, sino que son mujeres trabajadoras, emprendedoras, muy alejadas de los estereotipos marcados por muchos medios de personas desesperadas y desvalidas, cuyo fin es la supervivencia y por lo que están dispuestas a cualquier cosa. Este retrato de la mujer inmigrante no parece ser “la fórmula más adecuada para profundizar en la convivencia y en los valores democráticos de una sociedad” (Patricia Ortega Dolz, 2004).

Los estudios sobre la imagen de la mujer inmigrante en los medios de comunicación, sea positiva o negativa, en general, son escasos, pues en casi todos los estudios aparece integrada, sino relegada, en el conjunto del colectivo inmigrante.⁵³³ Son reseñables los interesantes trabajos de Erika Masanet y Carolina Ripoll, “La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional”, de Jéssica Retis, “[¿Cómo reflejan los medios de comunicación a las mujeres inmigrantes latinoamericanas?](#): análisis de la prensa española y estadounidense”, o el de Cristina García-Moreno, “La prensa como herramienta de sensibilización social: el caso concreto de la mujer inmigrante marroquí”. Estos dos últimos centrados en el análisis de un grupo de inmigrantes con una determinada nacionalidad. Una de las reflexiones a las que llegan las distintas autoras es la tendencia a la “invisibilización de estas mujeres en los artículos periodísticos a través del uso del masculino genérico” (García-Moreno, 2006: 41).

También se acerca a la representación de la mujer inmigrante, en este caso centrado en la mujer trabajadora, el libro de Antonio Miguel Bañón, *Comunicación, empleo y mujer inmigrante*, en Tercera Prensa, donde es palpable una vez más la invisibilidad de este colectivo en los medios, a pesar del significado económico y social que tiene su presencia en España como país de acogida:

⁵³² Datos obtenidos del apartado de Demografía de la web del Instituto de la Mujer (www.inmujer.es).

⁵³³ Como es el caso de la guía de medios *Lengua e inmigración. Glosario y cuestiones de estilo*, que elaboró el grupo Inmigrada de la Universidad Europea de Madrid.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

“La imagen que los medios de comunicación proyectan de la dimensión laboral de las mujeres inmigrantes es la crónica de una ausencia. [...] Su decisiva aportación al PIB se convierte, en los medios, en una imagen de «auxiliares», de personas que nos ayudan a cuidar de nuestros mayores y a quienes pareciera que estuviéramos haciendo un favor. Están ausentes en tanto que pioneras familiares de la cadena migratoria y en su papel de artífices de un proyecto migratorio creado e impulsado por ellas. Frente a esa incontestable realidad, son presentadas como víctimas de decisiones ajenas o traficadas” (Bañón, 2008).

En nuestro trabajo se pretendía tratar la presencia de la mujer inmigrante desde otra perspectiva, como era la visión de los medios de integración. Por tanto, este análisis, realizado dentro del proyecto “Estudio lingüístico multidisciplinar sobre la población inmigrante en la Comunidad de Madrid” (desarrollado por la red INMIGRA 2007-CM, financiado por la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid), resulta una contribución innovadora en la literatura sobre inmigración, género y comunicación en nuestro país.

METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La metodología empleada en nuestro estudio ha sido de corte cualitativo, aunque teniendo en cuenta la recopilación de textos del banco de materiales periodísticos del grupo Inmigra. Textos obtenidos en los periódicos generalistas *El País* y *ABC*, en los medios gratuitos *ADN* y *20 minutos*, y en los periódicos de integración *Latino* y *Sí se puede*, en la primera quincena de octubre y la primera quincena de noviembre de 2008, por un lado, y, por otro, en la primera quincena de marzo y la segunda quincena de abril de 2010.

Sin embargo, en este estudio se pretendía conocer cuál era la imagen de la mujer inmigrante dentro de los medios de integración en relación con el resto de medios. Por tanto, la muestra analizada pertenece a los dos medios antes citados que cuentan con el mayor número de lectores dentro del colectivo inmigrante.

En total se recogieron de estas dos publicaciones de integración 325 informaciones relacionadas con los inmigrantes (informaciones directas de las actividades o de las noticias vinculadas con aquellas personas que viven en España) en el periodo seleccionado de 2008 y 110 en 2010. Noticias, crónicas y entrevistas, editoriales, artículos y reportajes son los textos seleccionados. De todos ellos se han extraído aquellos vinculados con la mujer inmigrante: su trabajo y su visibilidad en la sociedad. Señalar, por último, que el equipo Inmigra añadió en el periodo de 2010 la revisión de seis periódicos más de los países de origen de los inmigrantes que viven en nuestro país, como son *La República*, *El comercio*, *El popular* y *Ajá* (Perú), *El espectador* y *El tiempo* (Colombia), que en este caso de nuestro análisis sirvió para comprobar si cambiaban los registros de las informaciones del colectivo inmigrante.

Los periódicos de integración tienen una clara distinción con los de carácter generalista o local en cuanto a la información sobre los inmigrantes se refiere. Además de ser los que más



próximos se encuentran a los actores de las noticias, no tienen un espacio determinado, como la sección de Sociedad en la mayoría de la prensa española, para las informaciones de los inmigrantes.

“No hay una diferencia cuantitativa de una sección sobre otra en cuanto a la información que se ofrece, pero sí hay temas mucho más destacados que inciden en la especialización, el encuadre más positivo de las noticias y en la busca por convertirse en servidores públicos con una información más cercana al lector. La información sobre los inmigrantes, sus derechos y sus deberes ocupan todas las secciones del periódico, con lo que se aúna el tratamiento correcto de la información y el interés informativo que despierta este tipo de noticias” (Revilla, 2009: 11).

Dos fueron los medios elegidos para el análisis por ser, en el momento de la recopilación del corpus, los que contaban con mayor número de lectores.⁵³⁴

Latino es un semanal que cuenta con tres ediciones en papel (Madrid, Barcelona y Levante) y una atractiva web (www.enlatino.com), que supuso desde su ejecución un avance en la distribución. En esta publicación el trabajo de periodistas ecuatorianos, peruanos, chilenos, argentinos, mexicanos y españoles⁵³⁵ se ha centrado siempre en los asuntos más próximos a sus destinatarios: los iberoamericanos que viven en nuestro país. Sus informaciones, generalmente de servicio, tienen el objetivo de llevar a una mayor integración de sus lectores y una participación real en la sociedad española, como dejan claro en su definición de “medio con un sentido positivo y de apoyo”.

Sí se puede, con más de 3.000 seguidores en Facebook, es el periódico de integración con mayor tirada en España y se ha ido haciendo un hueco también en la red con su web y su participación en las redes sociales más importantes, buscando la proactividad con sus lectores. Más de ocho años llevan proporcionando informaciones detalladas que le llevaron a obtener en 2008 el Premio Periódico Digital de la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas. Las secciones de asesoría legal, trabajo o formación, le hacen ser un medio de referencia.

PARÁMETROS DEL ANÁLISIS DEL CORPUS. NACIONALIDADES DE LAS MUJERES INMIGRANTES EN LA PRENSA DE INTEGRACIÓN

Más de la mitad de los empadronados extranjeros en España pertenece a ocho nacionalidades. La nacionalidad con mayor número de ciudadanos inmigrantes en nuestro país sigue siendo la rumana, con un 14,5%, seguida de nuestros vecinos marroquíes, con un 13,1%, y ocupan el

⁵³⁴ Según el Estudio de Medios de los Inmigrantes (EMI) de 2008.

⁵³⁵ La editora, Novapress Media, es de capital español.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

tercer lugar los ecuatorianos (7%). Les siguen colombianos (5,1%), bolivianos (3,7%), búlgaros (2,9%), chinos (2,8%) y peruanos (2,4%), de los que el 53% de este colectivo son hombres.

La elección para el análisis de dos medios como *Latino* y *Sí se puede* podría determinar la presencia de unas determinadas nacionalidades sobre otras.⁵³⁶ Sobre todo en el caso de *Latino*, cuyo objetivo es la aproximación de la noticia a la población latinoamericana. Población que sigue ocupando el primer puesto en la clasificación de los inmigrantes que viven en España, el 30,6%, a pesar de que muchos de ellos ya han adquirido la nacionalidad española. Las estadísticas hablan de aproximadamente de una cifra de 14.000 personas, las que han obtenido la nacionalidad desde 2002, sobre todo ciudadanos ecuatorianos, logrando el reconocimiento de muchos de sus derechos. Es reseñable también la edad de esta población inmigrante:

“Entre un 80 y un 94% del total de inmigrantes de América Latina y el Caribe (según el país de que se trate), están comprendidos entre los 16 y los 64 años, siendo la edad media total de 33,3 años. Al desagregar este dato por sexo, tenemos que los hombres entre los 16 y los 64 años tienen una edad media de 35,4 años y las mujeres, en el mismo rango de edad, tienen una media de 36 años. Estos datos subrayan el hecho de que se trata de una población relativamente joven y en plena edad reproductiva” (Volio, 2011).

Pero dentro de este amplio espectro que supone la inmigración iberoamericana, las cifras sobre las mujeres que tienen como origen el continente americano son más destacadas en algunas nacionalidades frente a la población masculina. Es el caso de Bolivia y de Colombia, donde el tanto por ciento de mujeres inmigrantes es de 57, en Bolivia, y 55 el de las inmigrantes colombianas. Sin embargo, las mujeres de Colombia ocupan el tercer puesto en el cómputo global de las inmigrantes. Las dos primeras nacionalidades de las mujeres inmigrantes son las rumanas y las marroquíes.

Así pues, en los textos recopilados se quiso ver si la atención se centraba en esas mismas nacionalidades o si contrastaba por el origen del medio. *Latino* proporciona información general, pero cuenta con unas páginas en su versión papel, dedicadas a Ecuador, Bolivia, Perú y Colombia, mientras que en la versión digital, bajo el epígrafe Países, se pueden leer las noticias vinculadas a cualquiera de los países iberoamericanos (incluyendo Estados Unidos y Haití).

En cuanto a *Sí se puede*, no tiene una información específica para cada país, sino que las recoge en la sección de España, Internacional o Local, salvo números especiales, como el que coincidió con nuestro análisis del 10 de abril de 2010, dedicado a la población rumana, con algunas noticias escritas en su lengua. Lo mismo ocurre en su versión digital. *Sí se puede* sí está más abierta a la información de otras nacionalidades como la china, polaca, marroquí, de menor referencia en *Latino* si no son informaciones generales que afecten a todo el colectivo inmigrante.

⁵³⁶ Como se ha señalado anteriormente, la determinación de que fueran estos medios los elegidos fue por ser los periódicos con mayor tirada dentro de los medios de integración.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

En el periodo analizado de 2008, las noticias estaban vinculadas a mujeres ecuatorianas y rumanas, aunque en la mayoría de los casos no eran las protagonistas de los titulares sino que aparecían como referente dentro de una información con importancia para el colectivo inmigrante. Aquellas noticias más específicas relacionadas con la mujer ecuatoriana eran las que hablaban de las fiestas y de los concursos de belleza organizados para esos grupos, como la que señala el siguiente titular: “Para quiteñas que busquen una corona” (*Latino*, 7-XI-2008), lo que parecía determinar cuál era el grado de importancia que se daba a la mujer de ese origen, mientras que las mujeres rumanas tenían referencias de tipo laboral y de reconocimiento de derechos sociales, como ocurría en el texto “Adelina Pirvu. El empuje de la juventud rumana” (*Sí se puede*, 8-XI-2008). Aunque en ese tiempo se producen varios sucesos de violencia doméstica (asesinato de mujeres y maltrato de niños) recogidos en los medios nacionales del país de acogida, donde las nacionalidades de las víctimas son brasileña y nigeriana, no aparecen en las páginas de ninguno de los dos medios.

En marzo y abril de 2010, las informaciones relacionadas con las mujeres tienen mayor eco por coincidir con la fecha de la mujer trabajadora. Así *Latino* hace un especial de esta jornada dedicado a las mujeres inmigrantes que se han ido abriendo camino en el mercado laboral español. Las nacionalidades más destacadas son la ecuatoriana, colombiana y boliviana, con apenas diferencia entre ellas. El resto de informaciones están muy repartidas entre otras seis nacionalidades, con una o dos informaciones cada una: marroquí, rumana, venezolana, dominicana, peruana y argentina.

El colectivo de mujeres africanas es apenas inexistente en las noticias de los medios estudiados, pues únicamente son citadas cuando se produce un acontecimiento que afecta de manera general a todos los inmigrantes. La inmigración del sur, que tiene como destino España, sigue sufriendo una desigualdad frente al colectivo procedente de otras latitudes. Nuestro país es su destino para iniciar una nueva vida, pero la integración depende de los ciudadanos, quienes debemos facilitar el espacio a esas personas que se incorporan a nuestra sociedad y no siempre se produce de la misma manera.

TITULARES E INFORMACIÓN: ESPACIO Y GÉNERO INFORMATIVO DENTRO DE LOS MEDIOS

Los titulares de las noticias proporcionan una importante información para iniciar el análisis del corpus obtenido en el vaciado de prensa, pues desde ellos se invita a la audiencia a la lectura de la totalidad del texto e influyen en el posible imaginario del lector al seleccionar unos términos vinculados con los inmigrantes que, muchas veces, llevan a un “proceso de homogeneización” que identifica el estereotipo con lo cierto.

Así se ha comprobado que mientras que en el mismo periodo de tiempo analizado la prensa general los titulares dedicados a la mujer inmigrante parecen tener una sola posibilidad: la que une la mujer inmigrante y la violencia doméstica o sexual (“Detenido el hombre que asesinó a una



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

mujer e hirió a otra en Murcia" (*El País*, 2-X-2008), "Se cita con una inmigrante que buscaba trabajo de empleada del hogar y la viola" (*20 minutos*, 9-X-2008), en los periódicos de integración, los titulares facilitan otras expectativas, vinculando a la mujer inmigrante con asuntos más positivos, como "Cursos para mujeres inmigrantes sobre empleo, extranjería y finanzas" (*Sí se puede*, 9-X-2008) o "Mujeres inmigrantes se suben a las tablas" (*Latino*, 16-IV-2010).

No obstante, algunos titulares hacen que se mantenga esa invisibilidad de la mujer. Esa persona a la que aún no se le reconocen sus derechos y que ocupa un segundo plano en la sociedad, también dentro del círculo del colectivo inmigrante, o vinculadas con historias de violencia acentuadas por los nuevos tiempos de crisis: "Ocho de cada diez mujeres son maltratadas" (*Latino*, 5-III-2010), "Con el asesino dentro de casa" (*Latino*, 16-IV-2010), "¿La crisis y el paro fomentan la violencia? Aumentan los casos de agresiones físicas y psicológicas a las mujeres" (*Latino*, 16-IV-2010). Sin embargo, al leer la información no identifican a las mujeres inmigrantes con un número de la estadística, sino que el periódico tiene presente su labor de servicio público y asesora a las mujeres que se pudieran encontrar en esos casos para denunciar debidamente a sus agresores.

Se ha señalado, como positiva, la propuesta de la prensa de inmigración de cursos de especialización para mujeres inmigrantes, aunque no deja de ser un reconocimiento del aislamiento de estas mujeres que ocupan trabajos marginales, se dedican a sus familias o se encuentran en situación de desempleo: "Programa Insermujer formará a mujeres desempleadas" (*Latino*, 12-III-2010). En ellas se estigmatiza todavía más el paro, factor de desigualdad en esta sociedad en crisis, al ser mujeres y provenientes de otros ámbitos geográficos.

Pero estos medios no quieren dejar en el desaliento a sus lectores y no faltan informaciones sobre mujeres luchadoras. Como la entrevista a Miriam Villaciencio "Pudo salir del paro y anima al resto a intentarlo desde *Latino*" (30-IV-2010). Las palabras de esta ecuatoriana sirven de acicate para aquellas mujeres que se encuentren en situaciones parecidas: "La formación es importante, los cursos, poder adjuntar un certificado a tu currículum. No queda otra alternativa que especializarse: antes era la única manera de ascender, ahora es de trabajar". De nuevo el servicio público de estos medios, que ofrecen direcciones de webs y otras igualmente interesantes, o cómo preparar de mejor manera el currículum.

El heroísmo de las "madre coraje" que inician un viaje hacia una vida mejor, más libre, tienen espacio en las páginas de estos medios. Mujeres a las que se les debe un reconocimiento de sus derechos. Bajo el título de "Ella es una valiente" (*Latino*, 5-III-2010), se homenajea a tres mujeres Lina, Claudia y Sue, que se trasladaron de Cali a Fuenlabrada para conseguir un mejor futuro. Un reportaje dedicado a tres generaciones de mujeres con una existencia de sacrificio y duro trabajo. Lina, la abuela, sueña con un día poder levantarse "tarde, no quiero madrugar más y estar en casa, en Colombia, rodeada de hijos y nietos".

O las heroínas que montan sus propios negocios y que gracias a su talento y ambición consiguen el éxito. "Ellas son luchadoras, creativas y tenaces" (*Latino*, 5-III-2010) es el título del reportaje y, además, toda una declaración de principios. Empresas de *catering*, de peluquería, de



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

ropa y una agencia de comunicación. El discurso de estos medios anima a la participación en asociaciones de emprendedoras, como AMPI (Asociación de Mujeres Profesionales por la Integración y la Igualdad), a otras lectoras para iniciarse en el mundo empresarial

Otras mujeres luchadoras que han alcanzado metas deportivas son "Las gladiadoras del fútbol" (*Latino*, 5-III-2010), que cuentan las curiosidades de Geovana y Patricia Daniela. Mujeres fuertes en un mundo, el del fútbol, de más interés mediático y social si los que juegan son hombres, que logran ocupar un espacio en la información de *Latino*. Aunque no puedan vivir del deporte, le dedican horas como afición y tienen en mente finalizar sus estudios de Ingeniería, como en el caso de Patricia Daniela. La capacitación de estas mujeres es evidente. Por ellas, y por el resto de inmigrantes, parecen haber puesto en marcha la asociación Comunicadores por la Integración y la Cooperación (CIC) una periodista española (Virginia Molinero) y dos ecuatorianas (Jéssica Maridueña y Beatriz Rivera). Con la idea de contribuir a la mejora de la imagen de la imagen de la inmigración en la ciudadanía: "Estamos convencidas del papel que tenemos los medios y de cuánto podemos aportar como mediadores en el proceso de integración" (*Sí se puede*, 10-IV-2010).

Los medios analizados parecen tener en cuenta esa premisa de integración y de reconocimiento social pues no dejan de presentar mujeres cuyos logros saltan fronteras, como ocurre en la entrevista a Prisca Dávila (*Sí se puede*, 7-IV-2010), pianista, compositora, capaz de fusionar música flamenca y ritmos venezolanos; o de recordar cómo un Óscar puede ir a parar a "La teta asustada" de la peruana, afincada en Barcelona, Claudia Llosa (*Latino*, 5-III-2010).

En ese carácter positivo que quieren imprimir estos medios en sus informaciones hace que no falten las que tienen como personaje central a mujeres triunfadoras o aquellas que han logrado lo que buscaban al partir de sus países de origen: vivir en España, olvidando las experiencias de vida anteriores, y resaltando las dificultades en la consecución de trabajo, casa y papeles, quizá porque resulte más noticioso. No obstante, *Latino* y *Sí se puede* dan una "presencia" a las mujeres como ciudadanos individuales difícil de encontrar en medios que no sean de integración.

También el carácter de estas informaciones permite que ocupen diferentes espacios en los periódicos seleccionados, no únicamente restringidos al ámbito de lo social, aunque la sanidad, la educación y los derechos de los ciudadanos extranjeros tienen un lugar destacado en el total de noticias. En este periodo de crisis, en las noticias de economía se encuadran informaciones vinculadas a mujeres inmigrantes, aunque casi siempre de forma generalista, noticias dedicadas a la población inmigrante, a pesar de que las actividades profesionales de las mujeres desempeñen un papel estratégico en la economía doméstica española. En la sección de Deportes de ambos medios analizados se encuentran informaciones y entrevistas a mujeres futbolistas. En lo cultural, tienen cabida las entrevistas a actrices, directoras de cine, compositoras... Este es uno de los géneros periodísticos más utilizados para la transmisión de la información de las mujeres inmigrantes junto con las noticias y los reportajes. Algunos de ellos sobre mujeres que han sabido crear oportunidades en el empleo para otras personas y para sí mismas, y el reportaje.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Ejemplo de este último género es “No sabía que yo podía hacer algo así” (*Latino*, 16-IV-2010), titular que anuncia el reportaje sobre las mujeres que han decidido dejar atrás prejuicios y convertirse en actrices por un día. Durante la representación responden al porqué llegaron hasta España. Motivos que van desde el económico hasta el enamoramiento, desde la curiosidad por conocer y descubrir otros países hasta por querer salir de casa y ser más libre. Hay un análisis de la violencia ejercida sobre las mujeres en los primeros meses del año 2010, publicado por *Latino*, que da pie para homenajear a esas vidas rotas. El reportaje lleva el título de “2010: han muerto 12 españolas y 9 extranjeras” (16-IV-2010) y en él se atribuyen el aumento de delitos de violencia doméstica por la crisis económica que hace que se agraven los problemas en el ámbito familiar.

Son reseñables los servicios de asesoramiento legal de los medios objeto de análisis, que presentan casos de mujeres inmigrantes a quienes les interesan principalmente saber cuáles son los trámites para la obtención de los papeles de residencia y que insisten también con preguntas sobre la cuestión del arraigo planteada en la ley de extranjería.

CONCLUSIONES

Esta comunicación da los primeros pasos para el estudio de estos medios y su relación con las mujeres que aparecen en sus páginas y proporciona, si no unas conclusiones cerradas, sí datos para la reflexión que lleva a pensar que las oportunidades que se ofrezcan a las mujeres ayudarán a superar los estereotipos que la literatura sobre ella se reproduce en otros medios y cómo una comunicación utilizada de manera positiva lleva a desarrollar una sociedad intercultural y cohesionada donde se potencia la tolerancia excluyendo así otra sociedad basada en el conflicto y que presenta a la mujer inmigrante como parte de un sector marginal donde es explotada.

La carga de negatividad de las informaciones relacionadas con las mujeres inmigrantes en la prensa generalista disminuye en el caso de los medios de integración. La imagen de víctima-verdugo en relación con sus parejas que aparecen con mayor frecuencia en las noticias de carácter nacional (sea del país de recepción o del de origen) tiene un menor espacio en esta prensa o bien se vincula con la población española. La mujer no es vista únicamente como víctima o delincuente (prostitución, droga...), aunque si la información es relevante, el periódico se hará eco igualmente de este tipo de noticias. *Latino* y *Sí se puede* presentan a la mujer extranjera como alguien que participa de la sociedad de acogida y cuya contribución a la misma es positiva, bien creando empresas o ayudando con su trabajo a la integración de otras compatriotas, o bien dando espectáculo en el caso del plano deportivo y cultural.

La integración social viene de la mano, en muchas ocasiones, de la solidaridad de otras mujeres que vivieron circunstancias semejantes. Así, la mujer inmigrante, que ha dejado de ser invisible en la información para convertirse en protagonista en los medios de integración, conseguiría una participación activa en la sociedad de acogida.



BIBLIOGRAFÍA

Bañón, Antonio M. (2008): *Comunicación, empleo y mujer inmigrante*, Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa S.L., San Sebastián.

García-Moreno, Cristina (2006): "La prensa como herramienta de sensibilización social: el caso concreto de la mujer inmigrante marroquí", *Acciones e investigaciones sociales*, Nº 1 extra, (112-159).

Masanet Ripoll, Erika y Ripoll Arcacia, Carolina (2008): "La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional", *Papers: revista de sociología*, Nº 89, (169-185).

Ortega Dolz, Patricia (2004): "Los inmigrantes y los medios de comunicación", *Jornadas de Periodismo y de Inmigración. Comunidad de la Región de Murcia*, <http://www.carm.es/ctra/cendoc/doc-pdf/pub/pub-0051.pdf> Consultado: 27/12/2011.

Parella, Sònia (2003): *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*, Anthropos editorial, Barcelona.

Retis, Jéssica (2010): "¿Cómo reflejan los medios de comunicación a las mujeres inmigrantes latinoamericanas?: análisis de la prensa española y estadounidense", en Martínez Lirola, María coordinadora: *Migraciones, discursos e ideologías en una sociedad globalizada: claves para la mejor comprensión*, Instituto de Cultura Juan Gil Albert, Alicante, (57-78).

Volio, Roxana (2011): "Migrantes latinoamericanas y caribeñas en España: ¿qué hay detrás de la pobreza femenina?", en Lagarde, Marcela y Valcárcel, Amelia coord.: *Feminismo, género e igualdad*, Pensamiento Iberoamericano, Madrid, (187-205).