

## La imagen de las mujeres migrantes en los medios comunicación en España: Una revisión teórica

### *Migrant women and the media in Spain: Mediality Inequality*

Raquel Seijas, Universidad de Málaga - [seijas@uma.es](mailto:seijas@uma.es)

#### Resumen

Más de la mitad de los movimientos migratorios están protagonizados por mujeres, pero la representación de los y las migrantes en los medios de comunicación sigue siendo masculina. Este artículo, pretende evidenciar a través de una investigación teórica, la importancia de los estudios sobre la imagen de las migrantes, representadas por los medios de comunicación españoles en un periodo reciente. Las investigaciones, aunque escasas, ponen de manifiesto las carencias de los medios españoles en la representación de las migrantes, incurriendo en estereotipos o invisibilizándolas. La sistematización de los resultados de las diversas investigaciones y reflexiones, sobre la imagen de las migrantes en los medios de comunicación en España, han de ser tenidos en cuenta para una representación mediática de las migrantes heterogénea y realista.

#### Palabras clave

Migrantes, mujeres, medios de comunicación, estereotipos, igualdad.

#### Sumario

1. Introducción 2. Objetivos 3. Algunas aportaciones de los estudios sobre migraciones de mujeres 4. Construcción de la imagen de las migrantes en la prensa española 5. Conclusiones. 6 Bibliografía.

## 1. Introducción

Aunque en el imaginario social, la imagen que se construye de los y las migrantes sigue siendo masculina, las personas que emigran son en su mayoría mujeres: 95 millones a nivel mundial (Informe de 2006 de UNFP). Más de la mitad de los movimientos migratorios están protagonizados por mujeres. Pero el estudio específico de las migraciones femeninas, eclosionó hace unas décadas cuando aparece la necesidad de incluir la perspectiva de género en estos estudios, debido a la especificidad que suponen las migraciones femeninas. Los estudios sobre migraciones que integran la perspectiva de género, contribuyen a visibilizar a las migrantes, y proporcionan herramientas básicas a los medios de comunicación para que realicen informaciones menos sesgadas y/o menos estereotipadas sobre las migrantes.

Es el uso y la transmisión de información, lo que complementa las percepciones de la opinión pública sobre las migraciones (UNFP 2011: 27). La construcción de la imagen de los migrantes en la opinión pública, se realiza en su mayor parte, con la aportación de los medios y de las personas que crean opinión. La falta de investigaciones sobre mujeres migrantes y su representación mediática, marginaliza un aspecto fundamental de los estudios sobre migraciones.

El informe de la OIM de 2011, alerta de la necesidad de un cambio en el modo de informar sobre procesos migratorios y personas migrantes. Y advierte de la necesidad de informar correctamente sobre ello, al ser un ámbito de la política sujeto a un alto grado de tergiversación en el debate y en el discurso público, muy influenciada por una opinión pública que recibe mucha información pero de manera incompleta, debido a la diversidad y a la magnitud de los movimientos migratorios. En general la migración, es un tema muy politizado que sigue enfocándose y percibiéndose de manera negativa, es por ello que la comunicación sobre migración debe ser eficaz, presentar la migración de forma fidedigna, «puede ser el instrumento de política más importante en todas las sociedades que hacen frente a una diversidad cada vez mayor»(Informe OIM: xiii).

## 2. Objetivos

El objetivo de este artículo es realizar una investigación teórica (durante el transcurso de los años 2000 y 2014), evidenciando el estado de las ideas sobre la representación de la imagen de las mujeres migrantes y sus procesos migratorios en los discursos mediáticos. La investigación teórica realizada, es utilizada como herramienta para inferir cuáles son los efectos y propuestas que concluyen y desbordan las investigaciones que se ocupan del estudio de la imagen de las mujeres migrantes y sus procesos migratorios en los discursos mediáticos. Los estudios realizados por Nash (2005), Juliano (2000,2004,2012), Pérez (2003), Gregorio Gil,(2009) destacan entre las investigaciones revisadas. La selección del periodo comprendido entre los años 2000-2014 en la revisión teórica, responde a que, durante estos años, convergen diferentes factores que influyen en el contexto de este tipo de investigaciones como son: la aparición de la crisis económica, la disminución de migrantes que llegan a España, la evolución negativa en la percepción de la migración por parte de la opinión pública, el desarrollo de las teorías de género y su inclusión en investigaciones sobre migraciones femeninas. Se impone por tanto, una revisión teórica sobre el estado de las ideas acerca de la representación de las migrantes en los medios de comunicación españoles. Las investigaciones existentes son escasas, pero las conclusiones y resultados de las mismas, proporcionan herramientas para evidenciar y repensar la representatividad mediática de las mujeres migrantes como colectivo en permanente transformación.

## 3. Algunas aportaciones de los estudios sobre migraciones de mujeres

Estudios genéricos sobre migraciones, han tenido en cuenta varios aspectos que singularizan la experiencia de las mujeres migrantes como algo específico. Las mujeres son protagonistas de más de la mitad de los movimientos migratorios, tanto si están destinadas a sectores económicos en crecimiento legales o ilegales. La decisión de emigrar, está precedida por la planificación de un proyecto migratorio propio en el que tiene un gran peso la relación costes-beneficios. Este proyecto, basado en la mejora de la situación económica, se inscribe dentro de una gran diversidad y variedad de circuitos transfronterizos que generan beneficios, y cuya rentabilidad está a cargo de los que están en situación de desventaja. Las migraciones transfronterizas, documentadas o no, generan divisas que reciben los gobiernos emisores, Sassen (2003).

Los ingresos de algunos países, dependen del trabajo que las migrantes realizan fuera de sus fronteras. Las aportaciones femeninas a la economía, producto de sus procesos migratorios seguirán ocultas mientras se esgriman estrategias planteadas previamente, que mantengan la opinión generalizada de que las migraciones las protagonizan hombres. A nivel general, el colectivo de migrantes se ve afectado por una desatención general, y por políticas planteadas desde una condición masculinizante, cuyos planteamientos tienen repercusión tanto a nivel político como de toma de conciencia real provocando un efecto invisibilizador de las migrantes, Sassen (2003). Al hablar de migraciones femeninas, se priman una serie de rasgos que se corresponden con estereotipos fijados para las migrantes Juliano (2012). A esto se añade que, la igualdad, no es accesible para todas las mujeres, las migraciones no producen necesariamente una mejora en el ámbito de derechos humanos. El mercado global también asigna roles tradicionales que reproducen formas patriarcales, incluso en los países receptores, cuestión que limita intelectual y económicamente a las migrantes Lipszyc (2004).

## 4. Construcción de la imagen de las migrantes en la prensa española

*«Excluidas de la ciudadanía legítima como extranjeras, e incluidas al mismo tiempo como madres y esposas, lo común de estas representaciones, es que bajo la aparente visibilización que operan de las mujeres, éstas son representadas como víctimas pasivas de las sociedades patriarcales, víctimas de la pobreza y la violencia generalizada hacia las mujeres en el mundo, a excepción de cuando las instituciones las reclaman como garantes de un modelo familiar y sexual acorde a los valores dominantes al respecto. La uniformización de las mujeres inmigrantes (junto a la privación de agencia que ello supone) y su utilización como modo de mostrar el fenómeno migratorio como amenaza la diferencia cultural no es sino una maniobra más de esa retórica legitimadora de la exclusión social de la población inmigrante a la que me he referido anteriormente.»*

Gregorio Gil (2009,45)

La mayoría de las investigaciones sobre migraciones femeninas y medios de comunicación en España, hacen referencia a resultados empíricos procedentes de estudios que emplean metodologías cuantitativas. Suelen centrarse en el análisis de noticias o imágenes en prensa tradicional o digital, como las investigaciones de Pérez (2003), Mateos de Cabo et al (2007), García Moreno(2006), Martínez-Lirola(2008) entre otros. Aunque cada vez hay más investigaciones sobre la imagen de las mujeres migrantes centrados en medios como la televisión, Olmos Alcaraz (2013), la fotografía, Marín y Ganzabal (2011); e incluso la radio, Martínez-Lirola (2013).

La imagen mediática de las migrantes, puede generar gran repercusión en la opinión pública. Este es uno de los temas que emergen de las investigaciones realizadas sobre la imagen de las migrantes en los medios de comunicación españoles. Los efectos de las imágenes creadas por los medios repercuten en la formación de la opinión pública y el imaginario colectivo Gregorio Gil (2004,14). Las informaciones erróneas o incompletas sobre las migrantes proyectadas por los medios, afectarán también a la construcción de la imagen de las mujeres migrantes en la ciudadanía y las políticas públicas. Respaldo la importancia que tiene para la opinión pública la construcción mediática de las migrantes, el estudio realizado por Guardiola, Espinar y Hernández Sánchez (2010, 50) muestra cómo debido a la actual omnipresencia social de los medios de comunicación, es cada vez más relevante el efecto de sus imágenes en la opinión pública.

Los medios pueden crear imágenes estereotipadas y sesgadas de las migrantes que pueden estar ponderadas o atenuadas, impidiendo que exista una visión realista sobre las migraciones protagonizadas por mujeres. Estas informaciones influyen además en los debates políticos reproducidos dentro y fuera de los medios.

Otro de los temas fundamentales que evidencian las investigaciones sobre la construcción de la imagen de las migrantes en los discursos mediáticos, es la visibilización-invisibilización de las migrantes en los medios de comunicación españoles. Las migrantes son visibilizadas en los medios de comunicación, si se asocian a proyectos de reagrupación familiar o a deseos de las familias de las migrantes (léase marido o padre), generando imágenes construidas desde el paternalismo y asociando sus proyectos migratorios con situaciones dramáticas, Pérez (2003), Juliano (2012). La reproducción de éste último hecho es muy recurrente en los medios de comunicación españoles, y tiene como efecto la imposibilidad de construir una imagen heterogénea de las migrantes. Cuando se visibiliza a la mujer migrante en los medios de comunicación es frecuente hacerlo desde el prisma de la domesticidad, en la medida en que se destaca la figura de una mujer migrante se acentúa su estatus familiar. Se hace patente que la visibilización de las migrantes está dominada por el arquetipo de mujer casada, dependiente, pasiva y marginada de la sociedad. El discurso de la domesticidad refleja los parámetros de la configuración de una identidad de género en términos de reproducción, espacio doméstico, familia y maternidad como demuestra Nash (109).

De igual modo se expone hasta la hipervisibilización a las migrantes, cuando se les atribuyen roles específicos de actividades laborales relacionadas con la ilegalidad. Clara Pérez muestra cómo en las noticias sobre prostitución prevalecen imágenes que no se ajustan a la realidad de las mujeres incluyendo tonos paternalistas, conformando imágenes que se alejan de reproducir un discurso en el que las mujeres tienen proyecto migratorio propio. Hay más mujeres trabajando en el ámbito doméstico como limpiadoras o cuidadoras y sin embargo se visibiliza más a las que trabajan en servicios sexuales, Pérez (2003).

La representación de las migrantes en los medios de comunicación es escasa, pero cuando son visibilizadas, lo hacen asociadas a procesos ilegales o a espacios marginales, se hace relevante además la referencia a su estatus, detalle éste último que pasa a ser importante en los medios de comunicación españoles (contrariamente a lo que sucede en el caso de los migrantes masculinos). Gregorio Gil (2004) pone de manifiesto cómo en los medios de comunicación las migrantes suelen asociarse a representaciones temáticas muy concretas: prostitución, prácticas culturales como el velo, la ablación del clítoris, los crímenes de honor o su supuesta elevada natalidad pero también como mediadoras de la integración :

1. el velo lleva aparejado el siguiente imaginario: carentes de decisión propia, vinculadas a dominación masculina y religiosa, silenciando cualquier propuesta que con toda seguridad emana de cualquiera de las afectadas.
2. La ablación como práctica cultural salvaje, etc. prohibida en España con pena de expulsión, pero si las mujeres piden asilo por motivo de ablación se les deniega por lo que se incurre en una contradicción evidente.
3. Prostitución: las noticias son muy frecuentes e incluyen redes y tráfico de personas. Estas noticias generan medidas que se traducen en la coacción, discriminación y penalización de las trabajadoras sexuales. Gregorio Gil (2004).

Es rasgo general de la prensa española la invisibilización en los medios de la mujer migrante empoderada con un proyecto laboral, y la hipervisibilización de las mujeres migrantes forzadas a trabajar en la prostitución. La representación de las migrantes que trabajan en prostitución suele ir asociada a la imagen de víctima:

*«Son escasísimas las informaciones en las que aparecen las inmigrantes como trabajadoras. Las pocas que se han detectado tienen un tono paternalista y contribuyen a la victimización de la inmigrante. En las mujeres que se dedican al cuidado doméstico se destaca su carácter bondadoso y sacrificado. Aquellas dedicadas a la prostitución aparecen únicamente como víctimas de redes, mujeres secuestradas y traficadas» Clara Pérez (2003).*

La necesidad de que la imagen de las migrantes esté más en consonancia con la realidad social, es tanto más necesaria cuando nos encontramos que, en los medios de comunicación además de la invisibilización o la asociación a roles tradicionales o ilegales «comienza a crearse la imagen de la mujer inocente, coaccionada e incluso secuestrada (...). Éste último aspecto, el del secuestro y tráfico de mujeres visibilizado por los medios, supone que para las mujeres es mejor quedarse en casa que salir y meterse en problemas, supone ésta una construcción patriarcal y neocolonial» Agustín (2006,73). La representación de una imagen más heterogénea de las migrantes como mujeres empoderadas, que planifican y ponen en marcha un proyecto propio, sin que éste responda a proyectos emprendidos por maridos, familiares, o a procesos ilegales como la trata, es casi inexistente en la prensa española durante el periodo que abarca esta revisión teórica.

El caso de la relación de las migrantes con procesos ilegales y de exclusión (cuestiones ambas que evitan la representatividad social), desvaloriza a las mujeres migrantes hipervisibilizando constantemente a las mujeres en noticias asociadas a la prostitución Martínez-Irola (2010). Este tipo de construcción de la imagen de las migrantes en la prensa española, asocia además la procedencia de muchas migrantes a diversos tipos de empleabilidad legal o ilegal en la que la estereotipación alcanza un alto grado. En general, en los medios de comunicación se asocia a las mujeres de otras culturas con empleos tradicionales, prostitución o violencia de género, añadiendo además como rasgo característico a esta estereotipación, la infrarrepresentación, independientemente de que exista un alto número de mujeres migrantes Martínez-Irola(2010,168).

Invisibilizar ciertos aspectos del contexto de las migrantes en los medios de comunicación tiene respuesta en la opinión pública, desarrollando la percepción generalizada de que las mujeres han emprendido los procesos migratorios en los que se encuentran, empujadas a ello de forma involuntaria o forzada, negándoles protagonismo en su propio proyecto migratorio. Esta invisibilización de los proyectos migratorios y «todos estos estereotipos y prejuicios, se suman a los generales sobre el Tercer Mundo y dan como resultado un lenguaje periodístico en que se habla de trata y esclavitud sólo para referirse a las mujeres que emigran» Juliano (2012,533). Como resultado, el universo de las migrantes es más desconocido y además es, por desconocimiento, más proclive a la estereotipación.

Los medios de comunicación no son los responsables exclusivos de la construcción de la imagen de las migrantes en la opinión pública. Hay otros factores que deberían abordarse en futuras investigaciones de una forma más participada, teniendo en cuenta aspectos más cualitativos en las investigaciones sobre migraciones femeninas, con el objetivo de desarticular algunos discursos cuyo desequilibrio en el enfoque de género es evidente. Hay que tener en cuenta que, lo que aparece en los medios es un reflejo de lo que sucede en la sociedad. «La representación que hacen los medios de comunicación refleja y posibilita identificar las imágenes, estereotipos y actitudes que prevalecen en la sociedad» Verdagué Aracil, (2000,185). Sin duda existe un desequilibrio respecto de la construcción de la imagen masculina de las migraciones, lo que genera una contradicción entre la construcción de los medios y la realidad social García Muñoz, y Martínez García (2008,120).

La infrarrepresentación de las mujeres migrantes en la prensa española, se debe entre otras cuestiones, a que la selección y la estructuración de ciertos elementos influyen en la agenda de los profesionales. La agenda de medios ha cambiado poco en cuanto a selección y estructuración, e incide en aspectos poco relevantes de las migrantes. La construcción de la imagen de la mujer migrante, está alejada de la heterogeneidad y de la ausencia de la cotidianidad de las migrantes. Mitigar esta alteración en la construcción de la imagen de las migrantes de los medios de comunicación españoles es necesario. Construir una imagen heterogénea de las migrantes por parte de la opinión pública española, es una cuestión que, como ha demostrado Pérez (2003), Gregorio Gil (2004) es complicada, sobre todo cuando desde los medios se asocia a las mujeres migrantes con temáticas concretas, que difuminan y ocultan una imagen más heterogénea. Las imágenes creadas por los medios contribuyen a crear estereotipos sobre migrantes alejados de la realidad. En el caso de las mujeres migrantes, la imagen acaba construyéndose como parte de la masa masculina, algo excepcional dentro del imaginario de la inmigración, Martínez (2009).

Lo ideal es que en el modo de producir una imagen desde los medios de comunicación, el objetivo sea aproximarse a la heterogeneidad de las migrantes, y se incluya la perspectiva de género, entre otras cuestiones, tal y como apunta Mary Nash:

*«El discurso periodístico generó un campo de significados a partir de un silencio que invisibilizaba a las mujeres inmigrantes creando una corriente de opinión pública que minimizaba su presencia y aportación a esta nueva realidad social. Podemos argumentar por tanto que, la perpetuación de un modelo exclusivamente masculino para conformar el enfoque popular del fenómeno migratorio conllevó una visión sesgada que negaba la diversidad de género en su seno y el considerable protagonismo de las mujeres. El discurso periodístico construido, no produjo una adecuación de la real feminización de la inmigración con la percepción de la misma. Desde esta perspectiva el peso de los prejuicios sexistas y los condicionantes de una cultura de género que tradicionalmente había negado protagonismo a las mujeres influyó en la múltiple invisibilización de las mujeres inmigrantes y en la construcción de un discurso de doble alteridad respecto a ellas.» Nash (2005, 110).*

Los medios de comunicación son un eje fundamental para el estudio de las migraciones, de hecho en lo que a temas migratorios se refiere «los altibajos del debate social sobre la inmigración mucho deben al interés (estratégico muchas veces) mostrado por los medios a la hora de ponderar o atenuar las noticias sobre los procesos migratorios» Bañón, en Martínez Irola et al (2008,29). Investigaciones como las de Juliano (2012) abren nuevas líneas teóricas relacionadas con perspectivas que incluyen el racismo en el discurso mediático y la representatividad de las migraciones femeninas contextualizadas con la situación actual de España.

Son necesarias investigaciones que se centren en el impacto económico de las migraciones de mujeres a escala internacional, y los efectos que éstas tienen a nivel global. Las migraciones femeninas conllevan efectos que incluyen desde el cambio en los roles de género en sus lugares de origen, hasta su contribución al desarrollo en sus países. La aportación económica de las mujeres migrantes a sus países de origen es fundamental, pero las políticas y los medios de comunicación están derivando el debate a otros aspectos más relacionados con las políticas migratorias y no con el impacto de las migraciones. La especificidad de los procesos migratorios protagonizados por mujeres no es entendida ni atendida por algunos medios de comunicación. Aún así, los medios ofrecen informaciones incompletas que pueden impactar en el debate público y en la toma de decisiones políticas. Juliano (2012).

Emerge un discurso en los medios de comunicación caracterizado por la utilización de mecanismos de valoración/exclusión de las migrantes. Para comprender este hecho en su totalidad, habría que remitirse también a la estructura y propiedad de los medios de comunicación. En general, los medios españoles oscilan entre excluir o subrepresentar los procesos migratorios femeninos y sus protagonistas. Las razones se encuentran en el mantenimiento de un contexto en el que el populismo racista está en ascenso, producto del escaso conocimiento sobre el contexto y la situación de las mujeres que emigran.

A nivel general, las representaciones de los procesos migratorios en los medios de comunicación españoles incluyen elementos negativos y criminalización. Estos procesos migratorios no se ven favorecidos por los discursos e imágenes de los medios, que han fomentado que las personas migrantes se perciban como una amenaza. Las malas praxis informativas, impiden que las migraciones lleguen a

normalizarse y ser algo rutinario, convirtiéndolas en algo imprevisible o anormal (Rodríguez Borges citando a Gil Calvo: 159). Estas malas praxis quedan reflejadas en el análisis de prensa realizado por Martínez Irola en 2008, en el que se obtienen datos que muestran la atribución de características negativas de los procesos migratorios: sólo un 14,7% de las noticias analizadas hacía referencia a aspectos positivos de los procesos migratorios en general. Mientras que la “especificidad” de las migraciones femeninas, venían representadas por una sola referencia en 68 de las noticias sobre migraciones que analizó Martínez Irola.

Los medios de comunicación españoles reportan un “ambiente” concreto en el caso de las migraciones y cuáles son las líneas de pensamiento de algunos/as de sus «creadores/as» de opinión SOS Racismo (2012). Existen muchos prejuicios y barreras que eliminar para reconocer a las mujeres como activas en los procesos migratorios ACSUR-Las Segovias (2010,30), como ejemplo, el que propone Elena Palacios (2009), evitar que las noticias se realicen desde encuadres donde se relaciona a los migrantes con la delincuencia o la llegada en pateras, y aumentar la profundidad con la que se trata el tema de las migraciones de modo que cada asunto relacionado con las migraciones se enfoque teniendo en cuenta el contexto.

## 5. Conclusiones

Los datos generales sobre la presencia de las mujeres en los medios muestran que, en las noticias aparecen sólo un 24% de mujeres en contraste con el 76% de hombres. Esta cuestión de invisibilidad/visibilidad se prolonga hasta el contenido de las noticias donde un 46% de las noticias refuerzan los estereotipos de género, en contraposición con un 6% que los cuestiona. Aunque a nivel global, exista un incremento en la visibilización femenina en los medios respecto a 2000 y 2005, en España se aprecia renuencia a un cambio de actitud por parte de los medios de comunicación. Este hecho es preocupante, ya que los medios siguen siendo uno de los principales constructores del imaginario social y de la realidad GMMP (2010). El estudio de GMMP 2010 en España arrojó los siguientes resultados: «Las mujeres representan el 23% de las personas que aparecen en la información. Las prácticas periodísticas siguen produciendo relatos desde un punto de vista androcéntrico, ofrecen una presencia minoritaria de las mujeres (muy por debajo de su participación real en la sociedad) y contribuyen a reforzar los estereotipos existentes» GMMP (2010,4).

Hay una desigual distribución de géneros: las mujeres aparecen más en secciones de cultura o sociedad. El desequilibrio en las secciones «supone la existencia de unos estereotipos que van a condicionar que las noticias de mujer sigan siendo más frecuentes en las secciones asociadas a las llamadas soft news» Mateos de Cabo, R. et al (2007,123). Es llamativa la escasa aparición de representación femenina en la prensa española (tal y como muestran los datos de GMMP 2010) a pesar de que existe un crecimiento porcentual en la representación de las mujeres en prensa a nivel global. Las carencias que se han ido mostrando en lo referente a la construcción de la imagen de las migrantes, fueron divulgadas en su momento por organizaciones supranacionales y supraestatales: según los datos expuestos por Pérez Pérez y Fernández Morillo (2010), en 1980 la ONU hacía referencia a las dificultades que encontraba el avance de las mujeres por la diseminación a nivel global de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías

El desarrollo en comunicación y nuevas tecnologías, no aseguraba un mejor desarrollo de los derechos, y en ocasiones fomentaba o asentaba actitudes basadas en patrones culturales obsoletos. Para evitar este efecto negativo del desarrollo tecnológico y la globalización recomendaban medidas como: regulación en los gobiernos, medidas para analizar, estudiar y monitorear los medios reforzando su papel como integradores y avanzando en la participación de las mujeres. La situación descrita hubiera quedado como referente histórico si no fuera porque el escenario que describe y los datos que aporta son casi iguales 30 años después. Otras conferencias mundiales posteriores sobre mujeres como la de Nairobi en 1985, instan a la eliminación de la representación estereotipada y explotadora de las mujeres en los diferentes medios, incluyendo la publicidad, éste se convierte en uno de los ejes de las políticas auspiciadas por la ONU:

«las imágenes de las mujeres construidas por los medios no salen de los estrechos y limitados papeles que el patriarcado les ha asignado a través de la historia: como madres, esposa, folclóricas y objetos sexuales (ahora también, como víctimas)» Pérez Pérez y Fernández Morillo, (2010,6).

Tal y como se ha demostrado en la revisión teórica, la inclusión continuada de las mismas imágenes en los medios, reporta efectos en la opinión pública. Si las imágenes que se construyen sobre las mujeres no varían, la sociedad no puede variar la construcción del imaginario femenino, y las mujeres seguirán apareciendo con el estatus de subordinadas en los medios. Una de las directivas de la UE, la Directiva 2004/113/CE, por la que se aplica el principio de igualdad entre hombres y mujeres y su acceso a bienes y servicios y su suministro, excluye el contenido de los medios de Comunicación y de la publicidad aunque estuvieron incluidos en la primera propuesta. La Comisión decidió aparcar la igualdad de trato en los medios y la publicidad entre hombres y mujeres por discrepancias, sosteniendo que cualquier intento de regulación influye en la libertad de prensa.

La Estrategia para la igualdad de mujeres y hombres 2010-2015 (cinco áreas prioritarias definidas en la Carta de la Mujer [COM (2010) 78 final] ) vigente actualmente, se orienta a ámbitos laborales, económicos y violencia sexista pero no hay acciones previstas en relación a los medios de comunicación. Pérez Pérez y Fernández Morillo (2010). Las acciones dirigidas a medios que existieron en planes anteriores en relación a estereotipos o violencia de género, desaparecen de la Estrategia 2010-2015. Las referencias a los medios realizadas en el Informe de Beijing+15 no plantea logros significativos, contrariamente señala que, medios y publicidad ayudan a consolidar desigualdades existentes entre los sexos, y es necesario establecer un diálogo con los medios sobre su papel ya que ejercen gran influencia en la sociedad. En el año 2013, el Parlamento Europeo aprueba una resolución sobre la eliminación de estereotipos de género a raíz del informe que realiza la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género a lo largo del año 2012 Pérez Pérez y Fernández Morillo (2010).

Desde la investigación con perspectiva de género y con el fin de corregir todos estos procesos reiterativos de emisión errónea de informaciones sobre mujeres migrantes y evitar su invisibilidad y victimización se propone: 1. Una desagregación de datos sobre migraciones por sexos en cifras globales o grupos de personas, tener en cuenta la opinión de mujeres migrantes, pasar «de hablar de las mujeres inmigrantes para hablar con las mujeres inmigrantes(...)». De este modo se puede abrir un debate social real sobre la situación de las mujeres inmigrantes» Martínez Irola (2010,169). 2. Personalizar y humanizar la información, porque las mujeres migrantes precisan una perspectiva informativa, que excluya estereotipos como los de víctima o prostituta, y se muestre la complejidad de los proyectos

migratorios, teniendo en cuenta que el estereotipo provoca una doble marginalidad en las mujeres migrantes y hace que sea difícil su presencia social. 3. Clara Pérez propone además abrir el debate social sobre la situación laboral de las mujeres, la precariedad, las demandas laborales, y evitar la comparación con las mujeres de la población receptora; evitar los estereotipos de migrantes como mujeres sumisas de culturas atrasadas y los discursos discriminatorios. En las informaciones sobre la desarticulación de redes y mafias de prostitución, informar sobre el destino de las mujeres liberadas, procurando recoger su testimonio. Y por último propone recoger la opinión de mujeres inmigrantes para opinar de acontecimientos relacionados con la inmigración y albergar la voz de las asociaciones de mujeres inmigrantes dándoles autoridad. 4. Utilizar correctamente las fuentes para mitigar diferencias García Moreno (2006). 5. Antonia Olmo propone tender hacia un periodismo que atienda de manera justa e igualitaria a la diversidad, abogando por una formación intercultural que propicie el retorno del papel de mediador de los medios de comunicación a través de un periodismo más crítico y comprometido, complementándola con una formación intercultural que se extienda al sistema educativo para formar a futuros lectores/as, Olmo (2013).

## 6. Bibliografía

- ACSUR–Las Segovias Agencia de Comunicaciones del Sur (2008-2010) “Ellas y Nosotros. Una aproximación al discurso de los medios de comunicación catalanes sobre las mujeres inmigradas”. Barcelona: Autor  
<http://www.acsur.org/IMG/pdf/EllasNoscastebaja-2.pdf>
- Aierbe, Peio M. (2008) en Comunicación, empleo y mujer inmigrante Bañón Hernández A.M. (coord.) (pp. 7-20) Donostia-San Sebastián: Tercera Prensa
- Albert Guardiola M<sup>a</sup>C., Espinar Ruiz E. y Hernández Sánchez, M<sup>a</sup> I. (2010) Los inmigrantes como amenaza. Procesos migratorios en la televisión española *Convergencia*, 53, 49
- Agustín, L.M. (2006) Atreverse a cruzar fronteras: migrantes como protagonistas. *Viento Sur* 87,7
- Bach, M., E. Altés, J. Gallego, M. Plujá y M. Puig (2000). El sexo de la noticia. Barcelona: Icaria
- Brutti, F. (2006) Brutti, F. (2009). El género y la inmigración: vacío y olvidos. *Revista Científica de UCES*, 13(1), 11-36
- Lipszyc, C., (2004). Feminización de las Migraciones: Sueños y realidades de las mujeres migrantes en cuatro países de América Latina. *Actas del Encuentro Caminar sin Miedos*. Montevideo, 13-15 abril 2004: 1-23
- García Moreno C. (2006) La prensa como herramienta de sensibilización social: el caso concreto de la mujer inmigrante marroquí, *Acciones e Investigaciones sociales* 1, 112-159
- García Muñoz, N. y Martínez García, L. (2008) La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación social online*, 10, 111-128
- Gil Araujo, Sandra (2004). ¿Inmigrantes versus nativas?. *Mugak*, 27-28, 51-53
- GMMP 2010. Proyecto de Monitoreo Global de los Medios Informe nacional y global Report en [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/national/Spain.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Spain.pdf)  
[http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/global/gmmp\\_global\\_report\\_es.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_es.pdf)
- Gregorio Gil, C. (2009) Mujeres inmigrantes: Colonizando sus cuerpos mediante fronteras procreativas, étnico-culturales, sexuales y reproductivas. *Viento Sur*, 104, 42-54
- Gregorio Gil, C. (2004) Migración femenina. Su impacto en las relaciones de género. *Asparkia: investigación feminista (en línea)*, 15, 257-265  
<http://www.raco.cat/index.php/Asparkia/article/view/108949>
- Gregorio Gil, C. (2003) “Revisiones feministas en el análisis de las migraciones”, en Congreso Iberoamericano de Estudios de Género, Universidad Nacional de Salta, Argentina
- Juliano, D. (2012). Género y trayectorias migratorias en época de crisis. *Papers. Revista De Sociología*, 97(3), 523-540. doi:10.5565/rev/papers/v97n3.438
- Juliano, D. (2007). «Introducción. Género e inmigración». Monográfico sobre «Género e Inmigración». En: Berlanga, C. y Trigueros, L. (eds.). *Mujeres migrantes, viajeras incansables*. Bilbao: Harresiak Apurtuz.
- Juliano, Dolores y Nash, Mary (2007). Género e inmigración. En: Palaudarias, J.M. y Serra, C. (eds.). *La migración extranjera en España: balance y perspectivas*. Barcelona: CCG Ediciones
- Juliano D. (2004). Excluidas y marginales: Una aproximación antropológica. Madrid: Cátedra
- Juliano, D. (2000). Mujeres inmigrantes: Las desconocidas que están entre nosotras. *Mujeres: Revista del Frente Feminista*. Zaragoza, 9
- Martínez Suárez, Y. (2011). Las que se mueven no salen en la foto: análisis del tratamiento visual de las migradas en la prensa regional gallega y catalana. En F. J. García Castaño y N. Kressova. (Coords.). *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (pp. 197-206). Granada: Instituto de Migraciones Andalucía
- Maqueda Abreu, M<sup>a</sup>L. (2008-2009). Mujeres inmigrantes: ¿mujeres vulnerables? *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*. 104. 79-92
- Marín, F. y Ganzabal, M. (2011). La mujer (in)visible: la construcción de la identidad femenina a través de la fotografía en El País y El Mundo. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8 (3), 51-67
- Martínez-Lirola, M. (2013) Estudio de la construcción de las mujeres y menores inmigrantes en una muestra de radio. *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, 25
- Martínez-Lirola, M. (2010) Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación. *Palabra Clave*. 13, 161-173
- Martínez-Lirola, M. (2008) (coord.) et. al. *Inmigración, Discurso y Medios de Comunicación* Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert
- Mateos de Cabo R. (coord.) (2007) et. al *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española*. Madrid: Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.  
<http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername=1=ContentDisposition&blobheadervalue=1=filename%3Dmujer+en+medios+digitales.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158619524568&ssbinary=true>
- Nash, M. (2005). *Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española*. Barcelona: Icaria
- Olmos Alcaraz, Antonia (2013). *Pateras, embarazadas y prostitución: representaciones y discursos sobre la mujer inmigrante en la televisión española*. Fonseca, *Journal of Communication*, 7, 72-99
- Organización Internacional para las Migraciones OIM (2011). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2011. Comunicar eficazmente sobre la migración*. Ginebra, Suiza: Autor. [http://publications.iom.int/bookstore/free/WMR2011\\_Spanish.pdf](http://publications.iom.int/bookstore/free/WMR2011_Spanish.pdf)

Palacios Masa, E. (2011). Identificación de los principales encuadres noticiosos de la inmigración en las rutinas laborales dominantes en las redacciones. En F. J. García Castaño y N. Kressova. (Coords.).Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía (pp. 207-217). Granada: Instituto de Migraciones

Parella Rubio, Sonia (2004). Mujer, trabajadora e inmigrante. Barcelona: Anthropos

Pérez, Clara (2003) Las inmigrantes en la prensa: víctimas sin proyecto migratorio, Mugak 24 <http://mugak.eu/revista-mugak/no-24/las-inmigrantes-en-la-prensa-victimas-sin-proyecto-migratorio>

Pérez Pérez M<sup>a</sup> L. y Fernández Morillo, C. (2013) Igualdad de género y pluralismo informativo en los medios audiovisuales 2013 20 septiembre XI Congreso AECPA.pp.1-37

¿Quién crea alarma social? (2000) Editorial. Mugak, 12 en el sitio web <http://mugak.eu/revista-mugak/no-12/quien-crea-alarma-social>

Rodríguez, Estela(2002) Representaciones cotidianas de la alteridad femenina. Mujeres Inmigrantes y de otras culturas en la prensa española. Arenal, vol. 9 n<sup>o</sup>1 93-121

Rovetto Gonem, F.(2011) Cómo nombrarlas. Mujeres, trabajo y medios de comunicación: algunas aproximaciones conceptuales Trabajo y sociedad versión On-line 17

Rovetto Gonem,F.(2010)La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación: El caso de las mujeres inmigrantes. Nómadas, 28, 113-127

Sassen,S. (2003) Contra geografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos. Madrid: Traficantes de Sueños

Verdguer Aracil, I. (2000) n<sup>o</sup>23. Diciembre La representació de les dones immigrants en premsaArxius185-192

UNFPA (2006) Fondo de Población de las Naciones Unidas. Estado de la población mundial 2006.Hacia la esperanza: las mujeres y la migración internacional.[http://www.unfpa.org/swp/2006/pdf/sp\\_sowp06.pdf](http://www.unfpa.org/swp/2006/pdf/sp_sowp06.pdf)

Yago Simón, T. (2002)Inmigrantes y además mujeres en La inmigración una realidad en España. Alemany Briz,J.M.(coord.) pp.443-462 Zaragoza: Diputación General de Aragón. Departamento de Cultura y Turismo.