

# LA REPRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. EL CASO DE LAS MUJERES INMIGRANTES

**Florencia Laura Rovetto**

CONICET- Universidad Nacional de Rosario, Argentina

**Resumen.-** En este artículo presentamos una síntesis de los estudios llevados a cabo en España sobre la problemática de la representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. Principalmente, hemos realizado un recorrido por los principales resultados obtenidos en las últimas décadas, destacando los aportes conceptuales y metodológicos centrados en la representación de las mujeres inmigrantes, así como la irrupción de algunas propuestas transformadoras de las rutinas periodísticas que permitan hacer visibles los cambios protagonizados por los colectivos femeninos en la actualidad.

**Palabras clave** .- *Mujeres, medios de comunicación, representación, inmigrante.*

**Abstract.-** In this article we present a synthesis of studies carried out in Spain about of problematic of women's work representation in the media. Mainly, we have gone through the results obtained in recent decades, highlighting the conceptual and methodological contributions focused on the representation of immigrant women and the emergence of some proposals to change journalistic routines that allow making visible the changes currently carried out by female's collectives.

**Keywords.-** *Women, mass media communication, representation, immigrant.*

Desde el aquel estudio sobre mujeres y medios de comunicación llevado a cabo en España por Concha Fagoaga y Petra Secanella en 1984 se ha constatado que la representación de las mujeres en los medios se caracteriza por la invisibilidad y el estereotipo: una identificación femenina nula o distorsionada, la aplicación de una mirada androcéntrica a los temas y su tratamiento; una subordinación temática sintáctica y simbólica de las mujeres; y una banalización u ocultamiento de sus actuaciones, logros y declaraciones. Veinte años después de aquel informe y haciendo alusión a los cambios protagonizados por las mujeres en las últimas décadas en relación con las transformaciones del mercado laboral podemos afirmar que las mujeres aparecen en un segundo nivel simbólico, pasivas, menos capaces y con intereses más reducidos que los varones. Renuentemente, el lenguaje utilizado para con ellas es excluyente, condescendiente y refuerza una imagen que no se corresponde con los cambios habidos en el último cuarto de siglo.

Un estudio<sup>1</sup> cuantitativo y cualitativo sobre la presencia y la representación gráfica y textual de las mujeres políticas en los cuatro diarios españoles de mayor tirada y “prestigio”: *El País*, *ABC*, *La Vanguardia* y *El Mundo*, la representación femenina en la redacción periodística se caracteriza por sesgos sexistas y androcentristas que se pueden observar por: la (escasa) presencia de mujeres y sus formas de aparición; el tratamiento de la *agencia* y actividades femeninas; y en la sistemática ausencia femenina.<sup>2</sup>

Los resultados de esta investigación demuestran que el discurso periodístico se resiste a reconocer la adopción, por parte de las mujeres, de un papel activo y esta renuencia se logra a través de una serie de mecanismos lingüísticos y discursivos caracterizados por: *la ausencia de mujeres en noticias y titulares; el encubrimiento de su actividad o presentación de ésta mediante estereotipos de género; el escamoteo de un papel activo discursivo por su parte* (sujeto agente, tema, foco oracional o punto de vista); *la mención innecesaria de sus relaciones sexuales o afectivas con varones; o la representación de mujeres que denuncian acoso como objetos de deseo masculino:*

*“La prensa diaria “de calidad”, como tantos otros tipos de textos sociales, continúa vacilando (cuando no resistiéndose) a la hora de textualizar a las mujeres como seres humanos activos y focos de la noticia (...) Por ello, la prensa sigue siendo uno de los más claros refuerzos a la hora de condicionar actitudes sexistas de (minus) valoración de las mujeres como seres incapaces. Los modelos de agencia femenina que quedan textualizados no sólo no se corresponden con la realidad sino que escamotean y distorsionan ésta, sustituyéndose por unos modelos de género, obsoletos y caducos. Nuestro imaginario se ve asaltado por modelos de mujeres pasivas y poco eficaces que*

---

<sup>1</sup> El estudio fue solicitado por el Instituto de la Mujer a integrantes de su Comisión Asesora sobre Lenguaje: NOMBRA, constituida por un grupo de especialistas en distintos campos del conocimiento (filología, historia, pedagogía, economía, psicología, historia del arte,...) que cuestionan los usos sexistas de lenguaje. Como parte de sus actividades ha publicado varios documentos sobre el “femenino” y el “masculino” en el lenguaje, y sobre las profesiones en femenino y masculino. Todos ellos y la base de datos *nombra.en.red*, que ofrece alternativas a las expresiones androcéntricas más habituales, se pueden descargar en:

[http://www.migualdad.es/mujer/publicaciones/catalogo/serie\\_lenguaje.htm](http://www.migualdad.es/mujer/publicaciones/catalogo/serie_lenguaje.htm)

<sup>2</sup> La autora aclara que en su estudio se utiliza el anglicismo “agencia” en el sentido de “*acción ejercida por una persona que tiene el poder y la capacidad de actuar*” (Bengoechea 2000:21). El trabajo se realizó sobre una muestra formada por las secciones de política nacional e internacional de los cuatro diarios durante la semana del 1 al 7 de abril del año 2000. La elección de ese período se debe a que en esa semana se constituían las nuevas cámaras legislativas españolas surgidas de las elecciones de 2000, que por vez primera iban a estar presididas por una mujer: Luisa Fernanda Rudi se convertiría en Presidenta del Congreso y Esperanza Aguirre en la del Senado. Este acontecimiento hacía suponer que, automáticamente, se generaría una mayor presencia femenina en la información política de ámbito estatal.

*pueden crear subliminalmente pautas culturales de interpretación de la realidad femenina*” (Bengoechea y Calero Vaquera, 2003).

Otros estudios se han encargado de analizar el tratamiento informativo de colectivos específicos de mujeres trabajadoras. Tal es el caso de las investigaciones que analizan el tratamiento informativo de las trabajadoras inmigrantes en España.<sup>3</sup>

Estas investigaciones coinciden en manifestar la invisibilización de las trabajadoras inmigrantes. Según Clara Pérez Wolfram, en la mayoría de las informaciones sobre inmigración que aparecen en la prensa se ofrecen una imagen masculina de la misma. Este factor es particularmente importante ya que, como señala Antonio M. Bañón, ha de tenerse en cuenta no sólo lo que *se dice* sino también lo que *no se dice*. Esta cuestión es particularmente relevante dado que en la realidad social *existe* lo que se nombra, y lo que no se nombra aparentemente *no existe*.

Siguiendo el análisis de Clara Pérez, otro factor a considerar es el señalado por Laura Oso quien considera que la desvalorización del rol de la mujer inmigrante se origina precisamente en la subestimación de la participación femenina en la economía:

*“La invisibilidad de la migración femenina tiene sus raíces en el modelo familiar patriarcal que considera a la mujer como dependiente del hombre, principal soporte económico y poseedor de la autoridad de la unidad doméstica”* (Oso, 1998:23).

Para la autora, la dimensión económica de la inmigración femenina apenas sale a la luz porque las causas que se identifican para la migración femenina son sociales, mientras que para los varones se resaltan las razones económicas. Oso, subraya que el paradigma clásico del desarrollo -modernización y dependencia- y el estereotipo de la mujer como económicamente inactiva, reducida al espacio privado, han dejado en un plano secundario a las mujeres en los estudios sobre movimientos poblacionales (Oso, 1998:31-32).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Antonio Bañón Hernández, tiene varias publicaciones sobre el tema, reseñadas en la bibliografía, entre las cuales se encuentra (2002), *Discurso e inmigración: propuestas para el análisis de un debate social*, Murcia, Universidad de Murcia. Otro estudio relevante es el llevado a cabo por Clara Pérez Wolfram (2003) “Género y discursos sobre la inmigración en la prensa” en *Análisis de Prensa 2002*, Tercera Prensa. Donostia-San Sebastián También es destacable la labor del Centro de Documentación Mugak de los contenidos informativos que sobre inmigración, racismo y xenofobia, que ha servido de base de datos empíricos actualizados para otros estudios sobre la temática. se publican en la prensa escrita.

<sup>4</sup> Asimismo, según el estudio realizado por Peio Aierbe (2007) sobre los registros de la base de datos de Mugak, las referencias informativas que dan una cierta idea del papel económico de las mujeres inmigrantes en la economía, se expresan en algunos periódicos estudiados de la siguiente manera: *las extranjeras aportan ya el 2% del PIB a la riqueza nacional (El Mundo, 27/07/2006)*. Ese es el porcentaje que las 800.000 trabajadoras extranjeras que residen en España aportaban a la riqueza nacional en el período 2006/2007. Otra referencia informativa relevada por la investigación de Aierbe se expresa en la siguiente información: “en sólo cinco años, el porcentaje de mujeres de alta en la Seguridad Social en la

Entre los estudios más recientes que abordan el tratamiento de las trabajadoras inmigrantes en la información no podemos dejar de mencionar los trabajos realizados por Alicia Reigada Olaizola. Estos trabajos tienen en cuenta la escasa presencia de las mujeres inmigrantes en la prensa española y se compara con noticias relacionadas con la inmigración en general, *en la que prima la visión de los portavoces y elites políticas de la sociedad receptora o de los hombres inmigrantes, o bien trata temas sin atender a la problemática específica de las mujeres* (Reigada, 2005:141).

La autora analiza la representación del trabajo femenino a través de los discursos elaborados por los medios de comunicación, atendiendo a 4 ámbitos interrelacionados entre sí: el trabajo reproductivo (cuidado de niños y ancianos), el trabajo en la esfera política, el trabajo en la prostitución y las políticas públicas.

Atribuye a los medios de comunicación ser un ámbito privilegiado para analizar cómo se construye esta realidad social que no se limita sólo al campo laboral sino que hace referencia y afecta a todos los niveles de la vida de estos colectivos de mujeres. Afirma que en el contexto actual, los medios de comunicación de masas aparecen como un ámbito fundamental a través del cual se (re)produce la desigualdad, se acentúa la brecha entre las sociedades del norte y los países periféricos. Y juegan un papel ideológico en tanto constituyen uno de los principales focos emisores de discursos y representaciones sobre las relaciones interétnicas en general y sobre la inmigración en particular.<sup>5</sup>

Este análisis ayuda a descubrir el tipo de relaciones que se establecen entre los sistemas de género y el mercado de trabajo, la concepción dominante de la familia y el papel que en ella ocupan las mujeres, las relaciones de género y el modo en que se conciben cultural e históricamente mujeres y hombres y su articulación con la etnicidad y la clase social, la construcción de la diferencia étnica y de género en los procesos de

---

Comunitat Valenciana ha crecido 6,1 puntos, pasando del 29,9 al 36%. Su tasa de actividad ha crecido del 41% en 2000, al 69 por ciento en 2005" (*Las Provincias*, 26/11/ 2007). Estos datos y referencias informativas afianzan lo que Dolores Juliano junto con Laura Oso y Carmen Gregorio Gil indican respecto a que la invisibilidad de las inmigrantes extracomunitarias se inscribe en un fenómeno de mayor alcance: *la desvalorización del papel de la mujer como actora económica y social* (Juliano, 1998).

<sup>5</sup> Este trabajo atiende al discurso elaborado sobre las trabajadoras inmigrantes en la prensa española, en relación a tres de los ámbitos que laborales en los que se insertan las mujeres tras su llegada a España: el cuidado de ancianos y enfermos, el trabajo en la agricultura y la prostitución. Según la autora, las noticias que muestran a las mujeres como protagonistas están asociadas a ámbitos y roles tradicionalmente considerados femeninos (familia, educación, trabajo domestica, cuidado de personas) o a temas negativos (maltrato, prostitución, tráfico de mujeres, problemas de integración).

trabajo, las construcciones de las identidades individuales y colectivas o la segregación sexual del espacio.<sup>6</sup>

Advierte que los discursos sobre las culturas (otras) nos ofrecen las claves para conocer el nosotros desde el que se elaboran esos discursos, la posición, los intereses y las lógicas desde las que se habla, se observa y se construye la realidad social. Dicho análisis permite buscar y desarrollar nuevas formas de intervención social, orientadas a la transformación de los modos de hacer comunicación y de entender las relaciones entre los individuos y los grupos sociales.

Por eso, postula que es necesario atender al contexto más amplio en el que se inserta dicho objeto de estudio. Tanto el incremento de los flujos migratorios femeninos y la estructura del mercado de trabajo en función de la etnicidad, el género y las clase social (edad, turismo sexual, infancia) como las lógicas que rigen el funcionamiento de los medios de comunicación en el marco actual de la globalización.

Plantea que la prensa “*híper-visibiliza los trabajos invisibles femeninos*”. Y que existe una doble paradoja entre la realidad social y la representación cultural en la doble vertiente de género y de inmigrante. Ya que la individualización del colectivo de mujeres inmigrantes y los estereotipos vigentes en el imaginario colectivo no se corresponde con la progresiva feminización de los procesos migratorios y el perfil actual de la mujer joven soltera y dinámica. Este proceso pues, tiende a (híper) visibilizar la inmigración femenina en términos de problema social, ocultando otras visiones de la inmigración.

Además, advierte sobre la individualización que se produce en distintas esferas de la vida social y se traduce en el ámbito académico como resultado del androcentrismo dominante en el pensamiento científico desarrollado hasta el momento. Es muy importante la aportación que realiza esta investigadora afirmando que los textos periodísticos des-informan sobre los trabajos en los que se insertan las mujeres inmigrantes no comunitarias y estas son definidas antes como mujeres y/o extranjeras que como trabajadoras. En los medios de comunicación tal y como ha ocurrido en otras esferas de la sociedad, se observa una instrumentalización de los discursos de género donde las mujeres inmigrantes se convierten en un vehículo a partir del cual poder articular de manera sutil y eficaz las formas de dominación sobre los países del Sur y del Este.

En este punto, nos referiremos al trabajo de investigación realizado por el grupo de investigación PICNIC, dirigido por Asunción Bernárdez Rodal en la Universidad Complutense de Madrid. Este trabajo responde a la evidencia de que la inmigración es

---

<sup>6</sup> Metodológicamente, propone el enfoque del análisis crítico del discurso que trata de vincular los niveles micro y macro sociológicos y las relaciones entre las estructuras textuales y los contextos sociales. Toma la idea de DISCURSO como PRÁCTICA SOCIAL que sugiere una relación dialéctica entre el discurso particular y las situaciones, instituciones y estructuras sociales que lo enmarcan.

uno de los fenómenos sociales que genera más preocupación en los países desarrollados, donde es percibida como un elemento problemático y desestabilizador.

En este caso, el corpus analizado no son los periódicos, sino dos tipos de textos/discursos: los telediarios *como espacio privilegiado para la estabilización de las representaciones* y el discurso social (relevado mediante grupos de discusión), a través de los cuales estudiaron los procesos de interpretación acerca de las mujeres inmigrantes. Este estudio revela conexiones indisolubles entre la imagen que construyen los medios de comunicación, y la percepción del fenómeno migratorio que circula en lo social.<sup>7</sup>

Los primeros datos arrojados por el análisis de los telediarios manifiestan que de un 100% de noticias sobre o con participación de inmigrantes sólo en un 40% aparecen mujeres y de la totalidad de las noticias con éstas, es decir de un 100%, sólo el 34% pueden ser escuchadas, tienen voz, mientras el 66% restante únicamente aparecen como imagen o referente verbal. Las mujeres inmigrantes están incorporadas a la agenda de los telediarios españoles casi en la mitad que los varones. En la mayoría de los casos cumplen simplemente el rol de acompañantes, espectadoras o peonajes secundarios frente a los protagonistas masculinos (y este “frente” siempre confronta a otro inmigrante).

En esta línea de pensamiento, Laura Oso (1998) apunta que la inmigración de mujeres a España retroalimenta el sistema de estratificación de clases y roles al permitir a las clases altas, por un lado, mantener su estatus social a través de las prácticas distintivas y del aparato simbólico que las legitima, y por otro, mediante *“el sistema de estratificación por género y el desigual reparto de tareas y roles entre los sexos, que perpetúa la división clásica del trabajo entre hombres y mujeres en la sociedad”* (Bernárdez, 2007:32).

---

<sup>7</sup> Esta investigación parte de la idea de que la inmigración no es un fenómeno extraordinario tal como lo muestran los medios y las políticas de gobierno en la actualidad. Realiza un recorrido a través de los discursos sobre la inmigración como objeto de estudio, centrándose más en los discursos mediáticos, ya que son un factor importantísimo a la hora de elaborar estereotipos, representaciones e imaginarios dominantes. A su vez, las autoras toman el discurso informativo como objeto de estudio para rastrear las representaciones de las mujeres inmigrantes. Sin embargo, las autoras advierten que este corpus ha resultado ser un material con muchas limitaciones porque se da una generalizada ausencia de mujeres inmigrantes en los discursos públicos que sirven para configurar el espacio común de opinión. Y señalan que, posiblemente, este déficit se hubiera saldado analizando otro tipo de género mediático como los *talk shows*, en los que la presencia de mujeres inmigrantes es más significativa. La comparación entre el discurso informativo y los discursos sociales demostró que ambos objetos de estudio están íntimamente ligados y conviven en un espacio que los interrelaciona permanentemente. Esta relación que se establece entre ambos tipos de discursos se denomina, en la investigación, “desplazamientos discursivos” (Bernárdez, 2007:26).

Si bien este estudio constata que no hay noticias o relatos que sean privativamente sobre mujeres inmigrantes en tanto tales, mencionan los relatos que las tienen como protagonistas:

- *El relato que informa de la violencia contra las mujeres, donde son víctimas, en su mayoría mortales, de sus parejas (relato que también protagonizan las españolas).*
- *El relato que describe la vida cotidiana y costumbres de la inmigración, donde ellas son las encargadas de hablarle o ilustrar aquello que caracteriza a los inmigrantes en su diferencia –y no hablan como mujeres inmigrantes sino como pertenecientes a un grupo regional/cultural que es donde anclan la diferencia.*
- *Los relatos sobre la prostitución son los que les otorgan mayor consistencia, por ser contadas desde allí como sujeto colectivo y porque, las inmigrantes son casi las protagonistas exclusivas de éstos (sin compartir exclusividad con varones inmigrantes y casi sin compartirla con mujeres españolas).*
- *Los relatos de pateras se detienen en ellas cuando son madres o por su excepcionalidad frente a la mayoría de varones.*
- *Una especificidad de las mujeres inmigrantes, en la mayoría de las piezas es que estas no tienen voz. La ausencia de su nombre completo y de una historia personal que ayude a situarlas, pensarlas y entenderlas mejor.*

En cuanto a las estrategias utilizadas para la representación de las mujeres inmigrantes, las investigadoras señalan las siguientes: victimización; naturalización; ausencia de individualización; creación de distancia social (a través del énfasis de las diferencias culturales); insistencia en el sujeto legislado. Respecto a la importancia de las designaciones:

*“Ser denominados, dar nombre, es una de las condiciones por las que el sujeto se constituye en el lenguaje. Al ser nombrado alguien recibe cierta posibilidad de existencia social. Uno puede existir en virtud de su dependencia fundamental de la llamada o nominación de otro”* (Bernárdez, 2007: 136).

La ausencia de las mujeres inmigrantes del discurso informativo demuestra cómo se les adscribe a un cierto lugar social, ligado, tal y como hemos señala a lo largo de la investigación, a la esfera de lo íntimo, lo cotidiano y lo privado.

*“Las voces de los y las inmigrantes no tienen lugar en el discurso público, o bien son subalternos: los y las inmigrantes no dicen, sino que son dichos”* (Bernárdez, 2007:275).

Hasta aquí podríamos afirmar que los estudios que abordan el tratamiento informativo del trabajo de las mujeres inmigrantes afirmando que la imagen que los medios de comunicación proyectan de la dimensión laboral de las mujeres inmigrantes es la *crónica de una ausencia*. Están ausentes como agentes económicos, en tanto que pioneras familiares de la cadena migratoria y en su papel de artífices de un proyecto

migratorio creado e impulsado por ellas. Y como contrapunto a esta flagrante ausencia son presentadas como víctimas de decisiones de otros:

*“Están ausentes en tanto que sujetos individuales, con su experiencia vital anterior, su nivel de instrucción, sus aspiraciones y proyectos. Están ausentes en esa parte vital de su recorrido que tiene que ver con las redes para llegar y conseguir empleo, vivienda y papeles. Están ausentes en la descripción de las condiciones, tanto materiales como del marco legal que lo posibilita, en que se desarrolla el trabajo doméstico, llave que permite desarrollar su actividad laboral fuera del domicilio a tantas mujeres autóctonas que, en caso contrario, han de cargar con las tareas domésticas. Están ausentes en el debate sobre las condiciones en que se ha de desarrollar esa atención a las personas dependientes, que acaba de ser recogido en la ley de dependencia y que va a tener un desarrollo muy significativo en los próximos años, y en donde las mujeres inmigrantes juegan y jugarán un papel estratégico. Están ausentes en cuanto a portadoras de opiniones críticas sobre las condiciones en que se desenvuelve su vida aquí, en el terreno laboral, en la vivienda, en la discriminación que soportan” (Aierbe, 2008:20).*

En definitiva, a los factores de desigualdad que ya gravitan sobre las mujeres españolas a la hora de su representación mediática, la categoría de “inmigrante” añade un estigma más, generador de nuevos factores de desigualdad que padecen las mujeres trabajadoras que provienen de otros ámbitos geográficos.

Ciertamente, en la investigación que realizamos sobre *la representación del trabajo de las mujeres en la prensa española de actualidad* (Rovetto, 2010) partíamos de considerar que la población que ha migrado a España en las últimas décadas lo ha hecho atendiendo, entre otras muchas razones, a la fuerte demanda de mano de obra que este mercado laboral ha planteado. Reconocemos que la inserción de trabajadores extranjeros ha corregido desajustes y carencias que se producían en el sistema social español y en la demanda de mano de obra, y con ello ha permitido el mantenimiento de los índices de crecimiento económico más importantes en la historia reciente de este país.

También consideramos que con la intensificación de los procesos migratorios, las aportaciones de la inmigración van mucho más allá de las meramente económicas, y que la movilidad humana contribuye a conformar la estructura plural y democrática de las actuales sociedades contemporáneas en las que convivimos mujeres y hombres de una gran diversidad de procedencia, situaciones personales y sociales.

Teniendo en cuenta estos cambios, en nuestra investigación, partimos de la hipótesis de que el empleo en España se ha transformado notablemente en los últimos años, con la incorporación de una gran cantidad de mujeres españolas e inmigrantes al mercado de trabajo, pero, sin embargo, la representación de este fenómeno no ha sido registrada fielmente por los medios de comunicación.



Para analizar la representación del trabajo de las mujeres en la prensa aplicamos la herramienta de análisis de contenido *Test ADSH para evaluar la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa* que parte de la pregunta *¿de quién hablan las noticias?*, para identificar *¿qué mujeres* de distintas edades, procedencias y condiciones son considerados *protagonista* en las noticias, y *en qué actuaciones y escenarios* son enfocadas? También nos interrogamos por la autoría de la información, esto es, *¿quién enfoca* y *con qué fuentes* construye la información?, para evaluar el tratamiento que se ofrece de las mujeres y de los modelos femeninos de trabajo.

Los resultados del análisis cualitativo sobre la representación del trabajo de las mujeres en una muestra compuesta por los diarios *ABC* y *El País*, nos permitieron confirmar la hipótesis de partida y concluir que la migración femenina y el trabajo de las mujeres inmigrantes está invisibilizado y distorsionado en dichas publicaciones. En ambos diarios, las trabajadoras inmigrantes son presentadas como colectivos anónimos, enfocadas en espacios marginales, pacientes o padecientes de circunstancias individuales y del contexto, sin capacidad de acción o decisión.

Sin embargo, al centrarnos en el tratamiento que reciben las mujeres protagonistas de los anuncios clasificados por palabras vemos que allí se aporta información de carácter positivo con designaciones en las que son valoradas positivamente, destacando sus atributos personales y su procedencia geográfica: (*rumanas y rusitas calientes; guapa brasileña, extranjeras exuberantes*).

Podemos concluir que el tratamiento de las mujeres extranjeras varía según miremos unas páginas u otras de los diarios. Las noticias sobre la inmigración asocian a las trabajadoras con la ilegalidad, los trabajos mal remunerados y la explotación, promoviendo una visión distorsionada de la integración de mujeres extranjeras en la vida laboral española.

Con este estudio constatamos que el tratamiento de la “prostitución” es desigualmente atendido en las informaciones y en la publicidad. Esto pone de manifiesto una escasa y negativa presencia en las informaciones y una muy alta y positiva presencia en los anuncios clasificados por palabras en relación a la oferta de servicios sexuales por parte de las mujeres inmigrantes. Mientras que las informaciones las presentan vinculadas a hechos conflictivos (*turismo sexual, ilegalidad, mafias de proxenetas*) omitiendo referencias sobre el contexto histórico, social y económico, las publicidades aportan una visión no conflictiva de este trabajo donde predomina la representación de transacciones económicas, relaciones interpersonales y atributos individuales que positivizan los servicios ofrecidos.

A su vez, las informaciones que hacen referencia al trabajo de las mujeres inmigrantes priorizan a los portavoces gubernamentales e institucionales como principales fuentes

para la elaboración de dichas noticias, omitiendo la propia voz de las mujeres implicadas en los acontecimientos noticiosos.

Por último, podemos afirmar que en el conjunto de los textos periodísticos analizados se da una ausencia total de referencias a la necesidad de generar un debate social sobre la situación del empleo de las mujeres: la precariedad, la conciliación, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades, que incluya a diferentes protagonistas individuales y colectivos y a las propias involucradas.

Estos resultados ponen en evidencia que se hace necesario introducir cambios en las rutinas de la mirada informativa, para ampliar y diversificar el enfoque e incorporar al debate público a una ciudadanía cada vez más plural con condiciones de vida y expectativas diversas.

### **Consideraciones finales y prácticas alternativas al androcentrismo mediático**

En primer lugar, partimos de considerar que sólo a partir del reconocimiento de la capacidad de las mujeres para proponer, gestionar y decidir el camino por el que construir su propia realidad y del acceso de estos colectivos a los espacios de poder discursivos, económicos, políticos y sociales se podrán crear las bases necesarias para configurar una sociedad más justa e igualitaria.

El panorama descrito más arriba nos invita a pensar no sólo en la importancia del análisis de los discursos mediáticos y en la crítica que debe realizarse a los mismos sino también en las posibles propuestas para construir formas alternativas de hacer una comunicación verdaderamente inclusiva y plural.

En esta línea, Norman Fairclough (2003) plantea la necesidad de prestar atención a las estrategias de resistencia y vías alternativas que desarrollan los sectores sociales no dominantes. Es decir, de identificar las posibles maneras de superar los obstáculos trasladándonos del discurso dominante al discurso de la resistencia. Ejemplo de ello son los múltiples espacios abiertos en internet por asociaciones de mujeres e iniciativas que los apoyan en los que se realiza un análisis histórico, contextual y comprometido con la realidad de la inmigración extracomunitaria.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Son muchas y muy variadas las formas de participación y producción que se han desarrollado en las últimas décadas como es el caso de las Agencias de noticias feministas, los medios online o la Red Europea de Mujeres Periodistas que se creó en 1993 y que tiene entre sus finalidades promover encuentros, estudios, acciones y otras actividades vinculadas al ámbito de los medios de comunicación social, para mencionar sólo algunas. Más información sobre el desarrollo y producción de estos espacios alternativos sobre mujeres y medios de comunicación se puede consultar la Web española de Mujeres en Red <http://www.nodo50.org/mujeresred/>.

Para ello, es necesario tender hacia unos medios de comunicación más democráticos y participativos, en los que tengan voz las mujeres inmigrantes y que ofrezcan una información crítica y contrastada, reflejando los intereses, experiencias y necesidades reales de estos colectivos, trabajando para que la información incluya a toda la ciudadanía y fomente su voluntad de participar en la vida política. El periodismo no ha sido siempre como lo conocemos hoy, ha cambiado constantemente para adaptarse a las transformaciones sociales, y hoy también ha de cambiar, alejándose de los modelos de representación estereotipados y simplistas que reproducen los periodistas así como de los intereses comerciales y políticos que persiguen las industrias *mass* mediáticas.

De ahí que en los últimos años muchas organizaciones de mujeres, investigadoras, periodistas y comunicadoras vengán desarrollando, de manera creciente, iniciativas destinadas no sólo a transformar las prácticas de los medios de comunicación de masas sino a crear nuevos espacios y nuevos lenguajes. En estas propuestas se ha tenido especialmente en cuenta el derecho de las mujeres a la comunicación, el acceso a canales de expresión, a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, a la toma de decisiones en los medios, así como el reconocimiento de sus derechos laborales.

Algunos ejemplos de estas propuestas los encontramos en una compilación titulada *Nosotras en el país de las comunicaciones* sobre comunicación y mujeres, impulsada por ACSUR-Las Segovias y coordinada por Silvia Chocarro que reúne la reflexión y experiencia de las mujeres en la construcción de medios de comunicación alternativos.<sup>9</sup> Allí, se manifiesta que hoy no podemos hablar de los medios de comunicación desde una posición aislada de la realidad de las mujeres ni de los medios liberadores si quienes construyen practican o arman sus propios medios de comunicación no se lo plantean en el marco de la realidad social y la posición de las mujeres como sujetos y no como datos documentados. Además, se formula que los proyectos de comunicación tampoco podrán tener futuro si no son capaces de visualizar no sólo cómo las mujeres acceden o se insertan en las comunicaciones, sino cómo ellas intervienen en su calidad de sujeto político:

*“No se trata sólo de participación, ni incluso de propiedad, sino de diseño, de orientaciones, de visiones, de desarrollo y construcción de otro modelo”* (Chocarro, 2007:16).

Algunas autoras de esta compilación van más allá de los balances y los monitoreos de medios impulsadas por sus experiencias en la construcción de medios y redes. Sus

---

<sup>9</sup> En la introducción ACSUR plantea la importancia de muchas de las prácticas solidarias en los medios: *Nosotras en el Mundo, Radio Vallekas, Mujeres en las ondas, Radio Enlace y La Loca en el ático de Radio Oasis*, que se vienen desarrollando en España en los últimos años. En la publicación participan investigadoras españolas pertenecientes a distintos grupos: Mujeres en Red, Fondo de Naciones Unidas para las Mujeres (UNIFEM) Universidad Complutense de Madrid y Grupo de Mujeres de la Red Estatal de Medios Comunitarios.

reflexiones establecen nuevo parámetros sobre qué hacer, cómo hacer en los contextos actuales donde la comunicación está marcada por la desigualdad entre hombres y mujeres.

*“La defensa de la causa de las mujeres y la convicción de la necesidad de construir un sujeto político motivan la reflexión del derecho a la comunicación, como síntesis de dos garantías: la libertad de expresión y el libre acceso a la información”* (Hernández Alarcón, 2007).

Ciertamente, las organizaciones de mujeres, las periodistas y las comunicadoras han desarrollado de manera creciente iniciativas de comunicación que no solo pretenden transformar los discursos androcéntricos de los medios de comunicación de masas, sino crear nuevos espacios y nuevos lenguajes. Estas propuestas contemplan también el derecho de las mujeres a la comunicación, al acceso a canales de expresión, a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y a la equidad en el ámbito laboral. Según Irene León, *“uno de los desafíos planteados es el de procurar que la información gire en torno a las personas”* (León, 2007:15), aludiendo directamente al peligro de que la mayor parte de la sociedad sea desplazada como sujeto de la comunicación para privilegiar al mercado.

Por otra parte, en Cataluña, el Instituto Catalán de las Mujeres, el Consejo Audiovisual de Catalunya y el Colegio de Periodistas de Cataluña han llevado adelante, recientemente, el proyecto *Género y medios de comunicación. Instrumentos para las aportaciones de las mujeres*. En ese marco se reunieron instituciones y periodistas con la intención de mejorar el tratamiento mediático de las mujeres y de elaborar materiales que ayuden en la formación de los profesionales de los medios de comunicación *a ir “más allá” en el tema de género*.<sup>10</sup>

En nuestro recorrido bibliográfico también hemos encontrado referencias a la importancia del análisis de las imágenes. Una de ellas, en el trabajo sobre la recreación informativa del “héroe” y la “víctima” en el relato de actualidad que realizó Natividad Abril (2001). A la investigadora le preocupaba dar con la manera de mirar y agrupar los diversos textos periodísticos (noticias e imágenes) publicadas en los diarios y revistas que le permitieran mostrar y resaltar las “peculiaridades” del discurso periodístico en la transmisión de valores ideológicos. También le interesaba saber si existen algunas modificaciones -“ligeras trasgresiones”- a favor de la superación de las tradicionales discriminaciones de las mujeres. En su investigadora hizo una exploración de las

---

<sup>10</sup> En el proyecto se desarrollaron seminarios que contaron con la colaboración de entidades locales que desarrollan tareas imprescindibles sobre la problemática de la mujer y los medios de comunicación: ADPC (Asociación de Mujeres Periodistas de Catalunya) y XIDPIC.CAT (Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras de Catalunya), el Observatorio de las mujeres en los medios de comunicación y las áreas de Igualdad del Ayuntamiento y de la Diputación de Barcelona.

imágenes más que de las noticias, para demostrar las representaciones del “arquetipo viril” y de los “arquetipos subalternos” en las páginas de los periódicos.<sup>11</sup>

Consideramos que el lenguaje fotográfico es diferente al del texto y el análisis de ambos elementos comunicativos tampoco es el mismo. Las imágenes se miran, se contemplan se disfrutan con la mirada, a veces se ven hasta sin mirarlas. La información transmitida en una imagen, penetra y se acomoda en algún registro de nuestra mente. A veces, rápidamente, y otras, se reposa la mirada sobre la fotografía, dejando un rastro, un poso, que se acaba asimilando con esa idea general -o valoración- más o menos reflexiva, acerca de la realidad que hacen los medios de comunicación.

Finalmente, algunos artistas también se han interesado por la importancia de la imagen en los medios de comunicación preguntándose sobre el papel que tienen los medios de comunicación en el retrato actual. Para el retratista cubano residente en Barcelona, Jorge Rodríguez-Gerada (Cuba, 1966), el retrato ya no es de uso privado: “*hago del anónimo un personaje público*”. Este artista, jugando con los mismos códigos que la publicidad, difunde promociona y da protagonismo al rostro de personajes completamente desconocido.

Con una técnica propia del dibujo publicitario, recrea espectaculares retratos a carboncillo de 12 metros de altura en medianeras provisionales de casas y edificios, de ciudades como Madrid o Barcelona. El artista eleva a sus protagonistas, los vecinos del lugar, a la vista de todo el mundo. De esta manera es capaz de hacer visible lo invisible y, con ello, sus dolencias y exigencias: “*Mis retratos hablan de la manipulación de la imagen, del control de información de los medios sobre la población. En nuestras democracias somos meros espectadores. Trato de dar a conocer la importancia de cada individuo y sus posibilidades para cambiar el sistema. Todos somos importantes*” (Hernández, 2006).

Estas reflexiones nos sirven para pensar el papel de los medios de comunicación y su rol como “álbum de imágenes” que refleja a la sociedad en su conjunto. Si nos

---

<sup>11</sup> Ver ABRIL VARGAS, N. (2001) “Modelos hegemónicos y ‘otras’ realidades en la prensa diaria. Recreación informativa del ‘héroe’ y la ‘víctima’ en el relato de actualidad”, en Muñoz, B. (coord.) *Medios de comunicación, mujeres y cambio cultural*. Dir. Gral. de la Mujer de la Comunidad de Madrid. En este investigación, la selección de las noticias en dicha investigación está guiada por los criterios de repetición y abundancia de hechos e imágenes similares en las páginas de los diarios a los largo de tres meses continuos durante el año 2001. Para organizar el material seleccionado, Natividad Abril separó las páginas de los distintos periódicos analizados en bloques de significación: 1. *Los hombres interactúan en los negocios y en la política*. 2. *La cultura se masculiniza cuando pisa las instituciones*. 3. *El lugar de las mujeres en la política*. 4. *La pobreza tiene rostro de mujer*. La investigadora considera que es justamente mediante la reiteración y la insistencia en determinados “acontecimientos y protagonistas como se construye una versión interesada de la realidad y no otra, igualmente posible”.

preguntamos por la representación del trabajo de las mujeres en la prensa, no interesa conocer cuáles son las imágenes que ilustran estas representaciones y cómo son tratadas las protagonistas de las imágenes respecto al tratamiento que reciben en los textos.

En este sentido, la inclusión del análisis de las imágenes también confirma una de las ventajas que apuntamos en la metodología, y que en este caso está íntimamente relacionada con el objetivo de la investigación, en tanto permite analizar los resultados en una especie de cartografía de lo que dicen y muestran, o excluyen e invisibilizan, las publicaciones analizadas.

## Bibliografía

- (2001) ABRIL VARGAS, Natividad, “Modelos hegemónicos y ‘otras’ realidades en la prensa diaria. Recreación informativa del ‘héroe’ y la ‘víctima’ en el relato de actualidad”, en Muñoz, B. (coord.) *Medios de comunicación, mujeres y cambio cultural*. Dir. Gral. de la Mujer de la Comunidad de Madrid.
- (2008) AIERBE, Peio, “Representación de las mujeres trabajadoras inmigrantes en los medios de comunicación”, en Bañón Hernández, Antonio (coord.) *Comunicación, empleo y mujer inmigrante*, Tercera Prensa, Madrid, pp. 7-20.
- (2002) BAÑÓN HERNÁNDEZ, Antonio, *Discurso e inmigración: propuestas para el análisis de un debate social*, Universidad de Murcia, Murcia.
- (2000) BENGOCHEA, Mercedes, “En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*. Nº 5. Universidad Complutense, Madrid, pp. 9-22.
- (2003) BENGOCHEA, Mercedes, y CALERO VAQUERA, M<sup>a</sup> Luisa, *Guía de estilo 2: Sexismo y redacción periodística*. Junta de Castilla y León, León.
- (2007) CHOCARRO MARCESSE, Silvia (coord.), *Nosotras en el país de las comunicaciones*, Icaria, Madrid.
- (2007) BERNÁRDEZ RODAL, Asunción (dir.), *Mujeres inmigrantes en España: Representaciones en la información y percepción social*, Fragua, Madrid.
- (1998) Juliano, Dolores, *Las que saben: Subculturas de mujeres*, Horas y Horas, Madrid.
- (2003) FAIRCLOUGH, Norman, “El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales”, en Ruth Wodak y Michael Meyer (comp.), *Métodos de análisis crítico del discurso*, Gedisa, Barcelona.
- (2007) HERNÁNDEZ ALARCÓN, Rosalinda, “Derecho a la comunicación y periodismo feminista”, en Chocarro Marcesse, Silvia (coord.), *Nosotras en el país de las comunicaciones*, Icaria, Madrid, pp. 35-44.
- (2006) HERNÁNDEZ RIAÑO, Peio, “Retrato de corte (real)”, *Calle 20. La revista de la nueva cultura*, Nº 07, Madrid, pp. 18-24.

- (2007) LEÓN, Irene “Género en la revolución comunicacional”, en Chocarro Marcesse, Silvia (coord.), *Nosotras en el país de las comunicaciones*, Icaria, Madrid, pp. 13-20.
- (2007) MORENO Amparo, ROVETTO, Florencia y BUITRAGO, Alfonso, *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Icaria, Barcelona.
- (1998) Oso, Laura, *La migración hacia España de mujeres jefas de hogar*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer, Madrid.
- (2003) PÉREZ WOLFRAM, Clara, “Género y discursos sobre la inmigración en la prensa” en *Análisis de Prensa 2002*, Tercera Prensa, San Sebastián, pp. 67-115.
- (2005) REIGADA OLAIZOLA, Alicia, “Trabajo, género y migración: una aproximación al estudio de los discursos sobre las trabajadoras inmigrantes en la prensa española”, en *Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, Nº 2, Sevilla, pp. 135-152.
- (2010) ROVETTO, Florencia, *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad*. Tesis Doctoral, Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- (2009) SIMÉLIO SOLA, Núria y ROVETTO, Florencia “La representación de las mujeres trabajadoras en la prensa española” en *Cuestiones de Género: de la igualdad y la diferencia*, Nº 4, Universidad de León, León, pp. 193-216.