

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

Estudi qualitatiu del consum i la recepció de productes televisiu entre el col·lectiu de dones d'origen marroquí a Catalunya

Tot i la història de veïnatge que uneix Catalunya i Marroc, la imatge de la població marroquí continua estan envoltada de prejudicis i estereotips que dificulten la integració de les dones procedents d'aquest territori. A les nostres societats, caracteritzades per una progressiva multiculturalitat, els mitjans de comunicació han de jugar un paper molt important, convertint-se en un instrument comunicatiu plural i integrador, i no en un aparell que potencii la segregació i allunyi postures.

El següent informe, centrat en la comunitat marroquina resident a Catalunya, pretén analitzar el consum i la recepció de productes televisius entre el col·lectiu de dones d'origen marroquí. Donada la progressiva feminització dels fluxos migratoris i la importància d'aquest fet en el procés de reagrupament familiar hem considerat interessant que la figura femenina sigui la protagonista d'aquest estudi. A més, les estructures patriarcals dintre de la llar familiar seran molt importants a l'hora d'analitzar el consum d'aquest col·lectiu marcat especialment per la dificultat de ser dona a Marroc però, també, de ser marroquina a Catalunya. La metodologia utilitzada ha estat qualitativa i ha partit de l'anàlisi de deu entrevistes en profunditat a una mostra de dones residents a la província de Barcelona, fent un èmfasi especial en la influència de les relacions familiars i l'assignació de rols de gènere al seu consum televisiu.

La conclusió principal a la qual s'ha arribat en aquest Treball de Fi de Grau és la tendència cap a un consum integrador, que combina la visualització tan de productes àrabs, com espanyols i catalans. La voluntat indiscutible per aprendre la llengua i integrar-se, detectada a través de les entrevistes realitzades, fa pronosticar que, en un futur no gaire llunyà, es produiran canvis importants no tan sols en els models de consum, sinó també socials. De fet, aquests ja poden començar a detectar-se en les segones generacions.

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ.....	2
1.1 Justificació de la investigació	2
1.2 Les relacions entre Espanya i Marroc	6
1.3. Dades demogràfiques de l'assentament del col·lectiu marroquí a Catalunya.....	7
2. MARC TEÒRIC.....	9
2.1 La comunicació transnacional i els nous models de ciutadania	9
2.2 El procés d'adaptació de les dones marroquines i els seus condicionants (estereotips de gènere i control patriarcal).....	12
2.3 El cas de les segones generacions: entre l'assimilació i la conservació de la identitat cultural.....	15
3. METODOLOGIA.....	17
3.1. Objectius i hipòtesis.....	19
3.2. Descripció de la mostra.....	20
3.3. Descripció del procés del treball de camp.....	22
3.3.1. Guió de les entrevistes	24
4. ANÀLISI DELS RESULTATS	25
4.1 Una dieta mediàtica multicultural	26
4.2 Rols de gènere heretats a una societat patriarcal	28
4.3 Un consum televisiu familiar segregat (religió)	30
4.4 L'actualitat, des de les dues bandes de l'estret	33
5. CONCLUSIONS.....	34
6. BIBLIOGRAFIA	36
Entrevistada 1: Lakbira I.....	38
Entrevistada 2: Khadija O.....	39
Entrevistada 3: Latifa A.....	40
Entrevistada 4: Rquia H.....	41
Entrevista 5: Suad L.....	42
Entrevista 6: Boushra D.....	43
Entrevistada 7: Malika M.	45
Entrevistada 8: Fatima A.	46
Entrevistada 9: Zaina H.	48
Entrevista 10: Habiba K.....	49

1. INTRODUCCIÓ

1.1 Justificació de la investigació

Catalunya s'ha convertit en un país de rebuda d'immigrants vinguts de diferents parts del món. La globalització dels fluxos migratoris i el seu assentament han convertit en una realitat el fenomen de les societats multiculturals. En aquest nou context de convivència els mitjans de comunicació juguen un paper molt important, en tant que està a les seves mans el fet d'actuar com una eina integradora que treballi per apropar coneixements comuns, o pel contrari, convertir-se en un aparell que potencii la segregació i allunyi postures. Però si parlem de que els individus que avui són protagonistes d'aquests fluxos d'entrada tenen una clara intensió d'instal·lar-se, es fa evident que l'actitud més correcta seria la d'un instrument comunicatiu que treballi en pro de la integració: un concepte clau en contextos plurals que aposta per la capacitat de confrontar i intercanviar -sempre des d'una posició d'igualtat- normes, valors i models de comportament tan per part de l'immigrant com de la societat d'acollida.

En aquest debat, que actualment es troba sobre la taula, resulta interessant esmentar la feina que duen a terme des de la Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual en la seva tasca per una millor representació de la multiculturalitat i la diversitat en els mitjans audiovisuals de Catalunya. Des d'aquesta comissió, formada per persones provinents de diversos sectors culturals, mitjans de comunicació, empreses, i òrgans diversos, es plantegen preguntes com quina ha de ser la representació que en faci la televisió de les persones immigrades. Més exemples de la preocupació al voltant d'aquesta temàtica els trobem en l'observatori i grup de recerca en migració i comunicació MIGRACOM i en l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona en la línia d'investigació "Comunicació, Migració i Ciutadania". Els projectes que s'impulsen a través d'aquests grups de treball estan enfocats a conèixer el desenvolupament dels processos soci-comunicatius en entorns socials multiculturals, una informació que resulta imprescindible, avui dia, per tots aquells sectors que treballen en l'elaboració de polítiques i estratègies

encaminades cap a la integració i la cohesió social. Identificant algunes de les temàtiques d'interès trobem el grau de penetració dels mitjans de comunicació, els usos i apropiacions o els processos de recepció en el marc del consum mediàtic i cultural, eixos d'investigació en línia amb l'estudi que ens ocupa.

Vells estereotips s'acumulen al llarg de la història que uneix Espanya i Marroc. Aquesta relació ens trasllada a la imatge dels rostres que freqüentment apareixien a les pàgines de successos dels anys 70, la dels subjectes d'explotació laboral dels anys 80 o les que els situava com a un col·lectiu ja assentat a la dècada dels 90. Actualment però s'hi sumen d'altres més lligades a extremismes religiosos que identifiquen persones tancades de ment que volen fugir de l'occidentalisme i del món no musulmà. D'aquesta manera obviem altres identifications, tan reals o imaginàries com les anteriors, que mostren aquest col·lectiu en imatges quotidianes com a pares-mares, avis/ies o fills/es. Aquests estereotips anclats en l'imaginari nacional condicionen el desenvolupament d'aquest col·lectiu, així com també del debat entorn la seva integració en una o altra direcció.

En una enquesta, realitzada els anys 2008, 2009 i 2010 pel Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS), es preguntava als usuaris quin és l'immigrant que provoca més fobia. Els resultats a aquesta pregunta situaven el col·lectiu marroquí entre els que desperten menys simpaties entre els espanyols. Així, ja sigui per raons culturals, lingüístiques o religiosos, es considera que aquest col·lectiu es troba amb més dificultats per integrar-se en la societat respecte a d'altres que desperten més simpaties.

Tal i com explica aquest mateix estudi, l'ascens de la distintivitat del tracte a l'immigrant en funció de la seva cultura és un fet força destacable. Un 29% dels enquestat en l'última onada corresponent a l'any 2010 confirmaven que el tracte que rebi un immigrant dependrà de l'imaginari que desperti la seva cultura en l'autòcton. Tenint en compte que l'estudi determina un increment en les reticències cap a la pràctica de la religió musulmana, aquesta pot ser una de les raons de l'antipatia detectada pel CIS.

Espanya i Marroc són dos països units per un passat històric ancestral i a una distància de tan sols 14 km. Però aquests factors de contacte i veïnatge malauradament no han aconseguit acabar amb els estereotips negatius que han sorgit de l'imaginari espanyol i marroquí; la falta de coneixement mutu no ha afavorit l'enteniment ni tampoc la normalització de les relacions bilaterals entre aquests dos països. En el terreny polític, un mal tractament de les situacions de crisi, amb polítiques desencertades que no han aconseguit resoldre conflictes com la inseguretat al voltant del terrorisme islàmic o el tractament de la immigració, poden ser assenyalats també com a barreres per a la normalització. Així doncs, ens enfrontem a un panorama d'opinió on es contraposen, d'una banda els indicadors d'assentament del col·lectiu marroquí i, de l'altra, les actituds de la població espanyola condicionades per una sèrie de prejudicis.

La integració social pot ser vista per alguns col·lectius com el perill de perdre determinades arrels culturals. Aquesta por, però, existeix tan des d'una banda com des de l'altra, és per això que el fet de compartir-la i arribar a una entesa ajudaria a resoldre aquest desajustament que afecta la història comú entre aquests dos països i la realitat encara fragmentada de les seves gents.

Amb tot, es fa evident que ens trobem en un nou escenari per als mitjans de comunicació, un escenari multicultural que es tradueix en les següents xifres: el gener de 2013 només a Catalunya hi ha un total de 1.187.713 persones de nacionalitat estrangera, segons les últimes dades facilitades per la Direcció General per a la Immigració, del Departament de Benestar Social i Família, de la Generalitat de Catalunya. Aquesta realitat fa necessari que els mitjans de comunicació parin a fer-se contes sobre el comportament de la població d'origen estranger en qualitat de potencials espectadors, i també des d'un punt de vista més sociològic, com una variable per valorar l'encaix d'aquest col·lectiu dins la societat d'arribada, que representa un 16% sobre la població total de Catalunya.

Aquest informe pretén analitzar les pautes de consum i recepció de televisió -el mitjà de comunicació amb més audiència¹- també entre el col·lectiu marroquí, un dels més nombrosos al territori català i amb un elevat grau d'assentament que es desprèn d'una intensa relació de conflicte i cooperació, amb més de cinquanta anys d'història. La figura femenina serà la protagonista de l'estudi, atès el paper rellevant que està adoptant en els fluxos internacionals. De fet, fins a finals dels anys 70 la major part dels estudis sobre migracions internacionals es centraven en exclusiva en la figura masculina. Actualment, però, es fa evident que un dels trets característics més destacat d'aquests fluxos internacionals gira entorn una progressiva feminització. Així doncs, és important centrar l'atenció en aquest fet que anirà de la mà d'una progressiva reagrupació familiar.

No es pot deixar d'assenyalar un altre punt de vital importància en les estratègies d'inserció social femenines condicionades per elements objectius i estructurals tan de la societat d'origen com de la societat receptora per tot allò que implica ser dona a Marroc, i ser marroquí a Catalunya. Així, caldrà tenir en compte que aquest col·lectiu de dones prové d'un país en el qual hi ha establert un Codi de Família (Mudawana) basat sobre la costum (de l'Islam passen a ser formulades i legitimades com a lleis) del que es dedueix que les dones són menors davant dels homes de la seva família, inclús dels seus propis fills, i de qualsevol membre masculí de la comunitat musulmana. Aquest és un principi de l'Islam que passa a ser formulat i legitimat a través de lleis i que actualment està vigent al país que ens ocupa. D'aquesta manera, les estructures patriarcals dintre de la llar familiar seran molt importants a l'hora d'analitzar el consum televisiu d'aquest col·lectiu però també per observar i detectar possibles creences o distorsions culturals al voltant d'aquesta idea que recau sobre la dona immigrant i que la situa com un personatge desdibuixat i sense identitat (Alcalde, García, Moreno, Ramírez. 2002).

¹ Segons les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura i l'InCom-UAB en el resum anual *La comunicació a Catalunya* el consum de televisió a Catalunya en xifres de l'any 2011 és de 266 minuts per persona i dia. L'any 2011 es va produir un rècord històric en el consum de televisió a les llars catalanes i espanyoles.

Aquesta investigació està encaminada a traçar un recorregut sobre les tendències de consum i recepció televisiva d'una mostra de deu dones adultes, d'origen marroquí, amb unes característiques sociodemogràfiques comunes residents a la ciutat de Barcelona. Tenint en compte el moment històric en el que ens trobem, en el que la tecnologia permet l'accessibilitat a continguts no només nacionals, sinó també internacionals, serà interessant descobrir el grau de seguiment i usos de l'oferta televisiva catalana i espanyola així com de la procedent del seu país d'origen. L'interès recaurà en veure quin és l'encaix entre la dieta mediàtica catalana i espanyola i la relació que actualment mantenen amb els mitjans de comunicació generats des de les seves arrels culturals.

El treball es complementa amb un apartat dedicat a descriure la relació històrica entre el Marroc i Espanya i els indicadors demogràfics pertinents per entendre el grau d'assentament d'aquest col·lectiu al territori, així com també el desenvolupament d'un marc teòric que serveixi de guia per a la proposta d'estudi.

1.2 Les relacions entre Espanya i Marroc

Les relacions entre Espanya i Marroc il·lustren una història de veïnatge molt actiu que es va iniciar cinc dècades enrere. A aquest treball considerem la independència de Marroc, l'any 1956, com a punt de partida d'aquestes relacions bilaterals, tot i que des de 1912 ja s'estableixen relacions directes entre aquests dos països, amb l'establiment del Protectorat espanyol sobre Marroc.

El contacte entre ambdós països ha oscil·lat de forma pendular entre els extrems del conflicte i la cooperació en els més diversos assumptes de la seva agenda bilateral. Alguns dels temes més conflictius porten més de quatre dècades pendents d'una resolució amistosa i definitiva; és el cas de les

demandes territorials marroquines sobre les ciutats de Ceuta i Melilla o les disputes sobre la jurisdicció de les aigües de l'estret de Gibraltar.²

Si ens centrem en el context català, podem afirmar que el cicle migratori marroquí és el més important dels fluxos migratoris estrangers que ha rebut Catalunya en el segle XX. Així doncs, ens hem de traslladar fins a mitjans dels anys 60 i meitat dels 70, quan Catalunya, i més concretament Barcelona, es configura com el lloc de pas d'un trajecte migratori que tenia com a meta altres destinacions europees. Es tracta d'una fase que es podria denominar d'estància provisional ja que la permanència al territori català durava poques hores, el temps just per a canviar de mitjà de transport per poder travessar la frontera amb França (Huertas, Martínez, Moreras, 2013).

Així, segons l'Informe de Secretariat de Coordinació per al Desenvolupament de Justícia i Pau, la data clau per situar l'inici de la immigració nord-africana cap a Barcelona es el 1967. Aquest any, concretament, es produeix una forta crisi de treball a Europa, que suposa que els estats europeus procedeixin a expulsar la mà d'obra immigrant. D'aquesta manera, els primers treballadors nord-africans que arriben a Barcelona procedeixen d'Europa i no dels seus països d'origen, com caldria esperar. El tancament de les fronteres europees com a conseqüència de la crisi econòmica de principis dels 70, va provocar que l'espera per poder passar la frontera francesa fos més llarga, convertint la ciutat de Barcelona en lloc de primer assentament. Aquest període es caracteritza per la centralitat de Barcelona en l'atracció d'aquest flux migratori. Aquests primer intercanvi de població no suposarà un flux important però sí que servirà per crear un precedent per futures arribades (Moreras, 2004).

1.3. Dades demogràfiques de l'assentament del col·lectiu marroquí a Catalunya

En el conjunt de la immigració marroquí cap a Espanya, Catalunya ocupa el primer lloc respecte al nombre de residents. Així, amb un total de 236.074,

² Aquest mes d'abril els Verds han anunciat que faran una petició als Parlaments d'Espanya i Marroc perquè ambdós països celebrin una cimera conjunta en la que participin tots els partits, així com també les organitzacions socials i la Unió Europea amb l'objectiu de buscar solucions al problema de la immigració, amb els últims incidents a les fronteres de Ceuta i Melilla.

segons les dades facilitades per l'Institut Nacional d'Estadística de l'1 de gener de 2013, representa el 32% de tots els marroquins amb residència regular a Espanya.

A continuació es mostren alguns dels indicadors a tenir en compte per tal de mostrar l'estabilització d'aquest cicle migratori. Aquests són, per una banda, la reagrupació familiar i l'emergència de noves generacions i, per l'altra, l'aparició d'espais associatius, comercials i religiosos que potencien la xarxa de relacions comunitàries dins d'aquests col·lectius.

Fent referència al primer indicador, la feminització del col·lectiu marroquí a Catalunya s'ha produït seguint el model clàssic d'emigració a Europa, passant d'una emigració únicament d'homes, per arribar a un progressiu reagrupament familiar. Seguint amb les xifres que ofereix l'INE, que daten de 2013, podem determinar que un 44% de la població marroquí a Espanya són dones. Aquesta xifra contrasta amb la que retratava la Catalunya de 1990, on el col·lectiu femení representava tan sols el 22'6%.

Una altra xifra que mostra l'assentament d'aquest col·lectiu és la emergència de noves generacions. D'aquesta manera, el nombre de persones d'origen marroquí que resideixen a Espanya i que tenen menys de 15 anys és de 29.491. Aquestes xifres es poden complementar amb les que envolten l'escolarització d'aquestes noves generacions, que representa el col·lectiu més significatiu dintre del conjunt d'alumnes d'origen estranger, segons l'INE de 2013.

També és important destacar el teixit associatiu com un dels principis de la integració social en tan que fa referència a la legitimació d'una sèrie de principis que defineixen la participació social en clau d'una cultura política pròpia. D'aquesta manera, al observar el percentatge d'entitats associatives a Catalunya, veiem la seva evolució en paral·lel amb el creixement del nombre de marroquins establerts en aquesta comunitat autònoma. Així, passem de 646 entitats l'any 1981, a les 211.457 que se'n van comptabilitzar l'any 2007. Crida l'atenció el percentatge d'entitats amb contingut doctrinal-religós, que suposa el

50'5% del total, enfront de les associacions de caire sociocultural (Moreras, 2009).

2. MARC TEÒRIC

2.1 La comunicació transnacional i els nous models de ciutadania

L'experiència emigratòria crea una distància espacial i simbòlica no només amb la família, sinó amb tot l'imaginari propi que havia dotat de sentit una forma de vida. És per això que mantenir-se en contacte amb el país d'origen és una manera de contrarestar l'absència física i preservar la relació. Aquests lligams tan necessaris són avui dia més fàcils gràcies als avenços tecnològics no només en el camp del transport, sinó també en el de la comunicació. Les formes d'establir relacions personals (familiars i amistoses) han donat un gir complet deixant enrere els mètodes de correspondència tradicionals per introduir internet i altres connexions via satèl·lit. Aquests nous patrons de comunicació entre els immigrants i les seves famílies i amics, que poden romandre al país d'origen o haver viscut també un procés migratori, ens porten inevitablement a parlar de la comunicació transnacional. Aquest concepte fa referència al fet que, avui dia, l'immigrant no té al seu abast tan sols els productes comunicatius elaborats al seu nou país de residència, sinó que disposa també d'accés a l'oferta productiva del seu país de naixement (Huertas, Reguero, Sagarzazu, 2011). D'aquesta manera, analitzar la dieta mediàtica d'un col·lectiu suposa tenir en compte les múltiples possibilitats de visionat de programes provinents de diferents països i la seva confluència a través de múltiples sistemes de recepció o suports de distribució.

Així ho demostren les dades recollides pel sondeig de FUNDACC de novembre de 2011 en les que es pot observar com un total del 24'5% del col·lectiu marroquí resident a Catalunya visiona canals internacionals, tenint així un pes important aquesta programació en la seva dieta mediàtica. Aquest fet però no és incompatible amb el seguiment de canals autonòmics i estatals. De fet, si s'analitza el ranking de les televisions més vistes elaborat per FUNDACC,

s'observa que les dos cadenes de televisió amb més espectadors entre els marroquins són les privades estatals Antena 3 i Telecinco.

La transnacionalitat de la que parlem també es pot plantejar en el sentit contrari, és a dir, fins a quin punt la recepció de la televisió occidental als països àrabs pot influir en la decisió d'emigrar. Sobre la població marroquí i l'anàlisi de la influència dels mitjans en aquesta decisió ja s'han fet algunes investigacions, com la de Benítez (2011). La pregunta de partida d'aquest estudi planteja de quina forma el visionat d'una programació que es difon des d'Occident fa considerar el món Occidental com un espai de "benestar social" (consum, qualitat de vida, desenvolupament industrial, governs democràtics...) i interfereix a l'hora de prendre la decisió d'emigrar. El treball de Benítez permet respondre a aquesta pregunta a través de les següents idees, recollides així en el treball de Huertas, Martínez i Moreras (2013):

- Tot i que les televisions espanyoles dominen les informacions negatives que expliquen les situacions dramàtiques de la vida quotidiana dels emigrants, aquesta no dissuadeix de la decisió d'emigrar. La idea de deixar el país de naixement es basa en aspectes bàsicament emocionals, que no queden alterats pel visionat de notícies dramàtiques. Al contrari, la televisió els permet formar els seus somnis i imaginar un paradís, al mostrar-los el tipus de vida que podrien aconseguir portar a Europa respecte a la que tenen a Marroc. A més a més, el col·lectiu marroquí acostuma a associar Europa amb valors com els de llibertat individual, dret a vot o llibertat d'expressió, conceptes que ells mateixos associen a la noció de democràcia.
- Aquest imaginari ideal es complementa amb el contacte directe amb les persones emigrades que retornen al país o que els visiten durant les vacances. Es a dir, en l'elaboració de l'imaginari sobre la vida a Espanya, conflueixen ambdues informacions. D'aquesta manera, els models de consum imaginats a partir del visionat de televisió es confirmen amb els objectes que posseeixen les persones amb les que es retroben i amb les seves narracions.

No obstant, Benítez (2011) indica que amb el naixement d' Al-Jazeera, l'any 2003, el consum de productes mediàtics occidentals, que estava centrat sobretot en cadenes espanyoles, franceses i nord-americanes, s'ha reduït i Al-Jazeera ha passat a ocupar un lloc preferent dintre del dietari mediàtic de la població marroquina.

Així doncs, el progrés de les comunicacions transnacionals ha restat sentit a la imposició de fronteres físiques, cosa que fa que la immigració s'hagi de repensar des d'una perspectiva transnacional, en la que les persones pertanyen simultàniament al país de residència i a les seves pàtries nadiues a llarg termini. D'aquesta nova realitat sorgeix la idea de la pertinència transnacional. Obres com *La convivencia interétnica* (2007), de Laura Zanfrini, es plantegen si la ciutadania, vinculada a un Estat-nació específic, és una modalitat adequada, en el món contemporani, per a organitzar l'estatus, els drets i la identitat. D'aquesta manera, Zanfrini (2007) proposa la revisió del concepte de pertinència i de ciutadania, és a dir, dels criteris per a accedir a la ciutadania i als drets i les oportunitats, tenint en compte l'acceleració de la mobilitat humana a través de les fronteres de l'Estat-nació.

Com a possible solució a aquesta entramat, que no està exempt de debat i problemàtica, es proposen dos models, en línia amb la perspectiva del transnacionalisme (Zanfrini, 2007). El primer sosté la possibilitat d'una pertinència transnacional, partint de les dinàmiques de la globalització i en particular de la participació dels emigrants en processos socials que superen les fronteres dels Estats-nació. Els partidaris d'aquest model defensen la possibilitat de que una persona sigui al mateix temps membre de la societat d'origen i de la de residència, mitjançant la possessió d'una ciutadania doble, gaudint així de drets (inclosos els polítics) en ambdós països. L'altre model que es planteja és el de la pertinència post nacional, entesa com el resultat del progressiu desenvolupament de la doctrina dels drets humans universals, que determina l'extensió a tots els individus dels drets i els privilegis que abans es reservaven als ciutadans. Es tracta d'un procés que contradiu la lògica de la ciutadania nacional –basada en l'exclusió dels no ciutadans- i la substitueix per

una idea de pertinència universal i abstracta, arrelada en una noció desterritorialitzada dels drets individuals.

Així doncs, ens trobem en que la participació en xarxa, les activitats transnacionals, i la comunicació a tots els nivells dibuixen un nou paisatge que posa en entredit el principi de l'organització política moderna, basada en el territori i les fronteres, i que requereix de noves determinacions entorn de temes tan importants com els drets de la ciutadania, en un moment en el que les estructures organitzatives de l'Estat-nació estan en crisi i els conceptes d'espai i pertinència s'estan redefinint .

2.2 El procés d'adaptació de les dones marroquines i els seus condicionants (estereotips de gènere i control patriarcal)

Un dels principals aspectes a tenir en compte és el fet que l'idioma és el primer pas cap a la integració. Així, i tal i com ho expressen les persones entrevistades en el treball de camp de *l'Informe per a la integració de les persones immigrades a Catalunya* (Generalitat de Catalunya, 2013), no conèixer la llengua del país d'acollida pot arribar a aïllar-los del context social en el que s'inicien. A Catalunya, a més, el fet de que hi visquin dues llengües pot portar al desconcert idiomàtic. Aquest primer esglai cap a la integració que és apropar-se a les llengües del país de residència és pot anar llimant a través del consum de productes televisius en català i en castellà. A través del consum de productes autòctons l'adheriment al territori es pot anar desencadenant de forma natural, no només per l'aprenentatge de la llengua sinó pel coneixement de la cultura i de l'estil de vida del país.

És evident que aquest últim serà, a la força, diferent al que està acostumat el col·lectiu de dones marroquines, objecte d'estudi d'aquest Treball de Final de Grau. Així doncs, ja només el fet de venir d'un país de tradició islàmica implicarà uns patrons normatius diferents als que s'estableixen a Catalunya. La qüestió de gènere serà important en tan que les dones, que estan subjectes a un fort control patriarcal i social al seu país d'origen, estan condicionades per aquest fet davant del consum televisiu, determinat pels gustos y les exigències masculines (Benitez, 2011).

Les estratègies d'integració d'aquest col·lectiu estaran condicionades per elements objectius i estructurals de la seva societat d'origen; però també de la societat de destí. Segons un estudi realitzat per Erika Masanet Ripoll i Carolina Ripoll Arcacia (2008:170) sobre el tractament de la dona immigrant en els diaris de major tirada nacional a Espanya –El País, ABC i El Mundo–, es pot afirmar que “els mitjans de comunicació transmeten una imatge negativa i estereotipada de les dones immigrants, al aparèixer majoritàriament en situacions negatives o violentes. El paper que exerceixen a la premsa és, bàsicament, de víctima”. D'aquesta manera, les dones immigrants són presentades com a dones objecte de l'acció de l'home, dependents i submises. No obstant, no s'ha de perdre de vista que aquest col·lectiu també pot emigrar per a aconseguir unes majors quotes d'independència i que, per tant, resulta erroni seguir presentant la dona immigrant únicament sota patrons culturals de dona subordinada. La realitat és molt diversa i inclou des de dones que venen en procés de reagrupació familiar, fins a d'altres que es traslladen per poder estudiar.

Si s'analitzen discursos socials, documents i programes d'intervenció socioeducativa, es pot observar com les representacions generalitzades i estereotipades al voltant de la figura de la dona immigrant són relativament freqüents. Els estereotips que més es repeteixen són els de la dona immigrant analfabeta, ignorant i pobra; una generalització que les dades s'encarreguen de desmentir, donat que existeix un alt percentatge que posseeixen estudis superiors. En un estudi realitzat per Pérez (2008) sobre els estereotips i les perspectives educatives de les dones immigrants, el total de les que tenen estudis universitaris iniciats o acabats representa un 36%, algunes inclús a nivell de doctorat i el 43% tenen estudis secundaris o mitjans.

Altres estereotips relacionats amb les dones immigrants resulten aparentment contradictoris. Per exemple, els discursos públics que transmeten, d'una banda, una representació de la dona immigrant com a responsable de l'equilibri, benestar i integració familiar i, per l'altra, la de la dona dèbil, fràgil i vulnerable, incapaç de prendre iniciatives i necessitada de protecció. Aquestes concepcions típiques, d'una feminitat estereotipada, afecten també a les dones

autòctones i són eficaç i perillosament transmeses en els processos de socialització i educació.

Les representacions socials estereotipades cap a les dones immigrants s'accentuen amb l'estigma de víctima submissa, que es nega a "convertir-se", a occidentalitzar-se, sense consciència de gènere. Segons l'autora Agrela (2004) podem identificar diversos enfocaments que poden condicionar la planificació social i educativa en dones immigrants. Aquests són:

- Un model paternalista victimista des del que se les contempla com a persones indefenses i vulnerables que susciten compassió i protecció, que necessiten ser ajudades i orientades en tot el que fan, ja que són incapaces de fer front per si mateixes a les dificultats.
- Un enfocament de valoració social negativa que percep a les immigrants com a sospitoses de comportaments desviats i estranys, per exemple la prostitució o l'abandonament dels seus fills, com dones que escapen del control dels seus grups socials i es mouen massa. Se les considera transmissores de cultures endarrerides i, en general, culpables de la seva pobresa i marginalitat.
- Un model feminista salvacionista en el que les immigrants apareixen com a dones atrapades en la societat patriarcal, subordinades i incapacitades per revelar-se davant del seu destí, resignades a ell, dèbils i submises, en situacions que les dones autòctones ja han superat. En aquest s'enquadren especialment les dones àrabs i musulmanes, el col·lectiu estudiat a aquest Treball de Final de Grau.
- Per últim, des de l'enfoc del xoc cultural, es percep que el problema és la gran distància cultural amb les dones autòctones i la incapacitat per poder gestionar aquesta escletxa cultural que es produeix.

Centrant-nos en el model feminista salvacionista, en el que s'enquadren especialment les dones àrabs i musulmanes, veiem que intervenen estereotips, prejudicis i pors cap a una religió i una cultura diferents. En els discursos socials pot apreciar-se des del paternalisme fins a la xenofòbia cap a elles,

considerant, en ocasions, al col·lectiu musulmà com un grup impossible d'integrar, amb extremades diferències culturals i referències ètniques i religioses insalvables. A les dones se les representa com a marginades i explotades pels barons del seu col·lectiu, passives, submises, ignorants; passant per alt que aquests mateixos discursos contribueixen a la reproducció d'aquestes situacions de desigualtat.

2.3 El cas de les segones generacions: entre l'assimilació i la conservació de la identitat cultural

En el treball de camp realitzat per conèixer els usos en el consum de la televisió àrab, Amezaga (2001) detecta que la forma genèrica "estar en contacte" és la més utilitzada per respondre a la pregunta de perquè les famílies d'origen magrebí residents a Bilbao s'han instal·lat un receptor de satèl·lit a la llar. D'aquesta manera, segons l'informe *Usos de la televisión por Satélite entre los y las inmigrantes magrebíes en Bilbao* (2001) hi ha dos funcions principals que donen sentit a aquest consum mediàtic transnacional i que responen, d'una banda, al fet de voler estar informats del que succeeix al seu lloc d'origen i, de l'altra –i en el cas concret de les famílies amb fills– l'interès per reproduir en les generacions menors les bases de la identitat pròpia, socialitzant els més petits tan en els seus orígens sociolingüístics com culturals a través dels continguts televisius.

Així doncs, quan hi ha presents segones generacions, la necessitat d'un doble procés de socialització –d'una banda, la plena integració en el país de residència, i de l'altra la conservació de la identitat pròpia– és encara més intensa, ja que en alguns casos els més petits gairebé no han viscut (o inclús alguns, ni han nascut) al país d'origen dels seus progenitors. És per això que una de les pors és que amb la integració dels seus fills en la societat receptora es produeixi el que es coneix com el paradigma de l'assimilació, "un paradigma que posa un èmfasi especial en l'assimilació cultural; en l'adopció, per part de les minories dels valors, les normes i els models de comportament del grup majoritari fins a perdre els seus marcadors ètnics i distintius" (Zanfrini, 2007:17).

La clau resideix en entendre la integració com un procés interactiu. És evident que la immigració requereix d'una adaptació a la societat d'arribada, i que aquest fet suposa un procés de variació de la identitat individual i col·lectiva. També és cert que els immigrants d'avui no seran els mateixos demà, però tampoc ho seran els autòctons ni la societat receptora en el seu conjunt; els elements de la cultura minoritària es fusionaran amb la majoria en un procés d'aculturació recíproc que produeix una convergència. Per tant, el principi del paradigma d'assimilació, que entén la cultura com un fenomen homogeni i estàtic, no tindria sentit davant la voluntat d'entendre la integració com el resultat d'una amalgama d'influències diverses i en constant evolució, on no és necessari que cap de les parts implicades renunciï als marcadors ètnics que els fa distints, ni tampoc que interioritzi com a seus valors o estils de vida que no els siguin propis.

Aquest fet, traslladat al consum cultural de les segones generacions a la llar, ens porta a relacionar que, tot i que a través de la recepció transnacional de productes televisius els progenitors tinguin a les seves mans una bona eina per socialitzar els seus fills en els aspectes més pròxims als seus orígens, existeix també una major permeabilitat cap als mitjans autonòmics i estatals, gràcies als vincles que els més petits van adoptant a la societat d'acollida a través de l'escola i d'altres activitats d'oci. Així ho explica l'informe sobre *Usos i actituds dels immigrants davant dels mitjans de comunicació* (Grup de recerca TCCIP, 2008) el qual considera que a mesura que els fills dels immigrants es van socialitzant en el país d'acollida, la seva actitud cap als mitjans autonòmics i estatals és molt més permeable que la dels seus progenitors cosa que implica, de retruc, una certa influència en els hàbits de consum mediàtic dintre de la llar familiar. Així doncs, el fet de que hi hagi fills a la llar, i que aquests hagin estat escolaritzats al territori, influirà en la dieta mediàtica de les famílies marroquines residents a Catalunya, i també en el seu procés d'integració pel fet d'estar en contacte amb elements com el coneixement del català (si més no, per l'escola) i amb clubs esportius o d'altres activitats de lleure relacionades amb l'entreteniment del menor.

Al voltant d'aquesta idea gira el treball *Escola, oci i joves d'origen magribí. Segones generacions de famílies immigrades i el sentit de la seva inserció social. El cas de Mataró* (Alegre, Herrera, 2002), que fonamenta la tesi de que la participació dels joves i les joves d'origen immigrant en les xarxes socials generades a l'escola i a l'espai d'oci juvenil incrementa les relacions que estableixen les seves famílies a nivell institucional, intragrupal i intergrup, fet que pot afavorir la integració d'aquestes en la societat acollidora. Ara bé, per que això es produeixi s'han de tenir en compte altres aspectes, com la situació legal i laboral de les famílies o el propi projecte migratori de construir una vida pròspera (socialment i econòmicament). Quan això es produeix, es creen les condicions idònies perquè aquestes famílies puguin veure's beneficiades d'aquest efecte multiplicador que es deriva de la plena inserció de la descendència en la societat d'acollida sobre la integració social dels col·lectius immigrants. (Alegre i Herrera, 2002).

3. METODOLOGIA

Aquest Treball de Final de Grau presenta els resultats de l'anàlisi d'un total de deu entrevistes en profunditat realitzades a un grup de dones d'origen marroquí residents a la ciutat de Barcelona. Totes elles amb la particularitat de formar part d'un grup de treball que rep setmanalment classes per aprendre la llengua catalana i castellana, així com d'altres disciplines per tal de millorar la seva integració al que és avui el seu país de residència.

El lloc on s'han realitzat les entrevistes ha estat el Centre Social Domingo Solà, situat al barri barceloní del Raval, un barri amb una història que defineix avui la seva diversitat cultural, generadora de necessitats socials també molt diverses. D'entre les activitats formatives que ofereix aquest centre hi ha tallers de lectoescriptura, tan en català com en castellà, classes de cultura general, costura o informàtica, entre d'altres. L'objectiu principal d'aquest centre és el d'aconseguir l'alfabetització del col·lectiu nouvingut, així com el fet d'ajudar-les a prendre consciència del nou entorn social que els envolta i afavorir la seva integració. Tot i que el treball s'ha centrat en el conjunt de dones d'origen

marroquí, la seu és un lloc de trobada tan per homes com per dones procedents de països i cultures molt diversos.

La principal font d'informació és la que es desprèn de l'anàlisi qualitativa d'aquestes entrevistes a una mostra de dones amb un perfil sociodemogràfic determinat: portar més de tres anys residint a Catalunya, estar casades i tenir fills. La raó d'aquest últim criteri de selecció està lligada a la voluntat de comprovar una de les hipòtesis de partida –desenvolupada en el següent apartat- que relaciona el consum televisiu familiar amb el procés d'integració de les segones generacions.

En la descripció de les pràctiques mediàtiques es posa tot l'èmfasi en les dones, ja que l'evident feminització dels fluxos migratoris requereix d'una mirada cap a aquest col·lectiu. A més, la seva dependència dels homes i la sobrecàrrega cultural que comporta el fet de venir d'una societat de tradició islàmica, tal i com s'ha explicat al marc teòric, fa més difícil el seu procés d'integració en comparació amb els barons.

El mitjà d'estudi escollit ha estat la televisió, donat que és el que disposa d'un consum més estès entre la població de totes les edats. Així ho demostren les dades recollides per l'Estudi General de Mitjans (EGM-AIMC) del novembre de 2011, on es detalla que el 88,5% de la població consumeix programes televisius.

Però, per poder dibuixar les línies de consum del col·lectiu marroquí serà bàsic tenir en compte l'accés a continguts d'àmbit internacional a través de la televisió per satèl·lit i d'Internet, conscients com som de l'evident efervescència de les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

El consum de televisió de cadenes occidentals no és nou per al col·lectiu marroquí, ja que des del seu país d'origen es habitual el consum de televisió transnacional, centrat sobretot, en productes occidentals. Aquest fet, però, s'ha reduït amb la recent irrupció –a partir de l'any 2003- de la cadena de televisió Al-Jazeera i altres televisions àrabs o en llengua àrab de gran popularitat. Per a l'audiència marroquí, el consum de televisió suposa un complex sistema en el que es sobreposen cadenes públiques i privades, així com nacionals i

internacionals, tot en llengües diferents i, la majoria, rebudes via satèl·lit des d'altres països. En línies generals, entre les televisions occidentals destaca un consum tradicional de la televisió espanyola al nord del país, i també de cadenes franceses i nord-americanes (Benítez,2011). Així doncs, la dieta televisiva d'aquest col·lectiu ja és tradicionalment variada, sobretot per esquivar el fort control que l'Estat marroquí exerceix a través de la seva televisió pública.

3.1. Objectius i hipòtesis

El principal objectiu és conèixer la relació del col·lectiu femení adult amb arrels culturals marroquines residents a Catalunya amb la televisió. El fet principal que ens ocupa és el de determinar el consum d'aquest mitjà, el seguiment que se'n fa i els usos que se li atorga. Sobretot, interessa aprofundir sobre la influència de les relacions familiars i l'ús relacionat amb l'aprenentatge de les llengües catalana i castellà. D'aquesta manera, i tenint en compte que el col·lectiu protagonista de l'estudi conserva una sèrie d'arrels a Marroc, el seu país d'origen, l'estudi del mitjà es farà tenint en compte tots els sistemes de distribució, entre els que s'inclourà també la recepció via satèl·lit i el consum a través d'internet. Aquest fet permetrà no perdre de vista un possible intercanvi comunicatiu transnacional entre dos camps de confluència: els continguts i les percepcions provinents del nord d'Àfrica, i del món àrab en general, amb les que es puguin despendre de les televisions autonòmiques i estatals generades a Catalunya i a Espanya.

D'aquesta manera, i a través de les entrevistes que s'han realitzat en aquesta línia de treball, es pretén conèixer quins canals i quins programes segueixen les dones marroquines entrevistades, quin és l'encaix entre la televisió marroquina, la espanyola i la catalana dintre de la seva dieta mediàtica, quins són els usos que donen al mitjà televisiu i, per últim, quin paper juga la influència patriarcal a l'hora d'accedir, escollir i consumir aquests productes televisius.

Les hipòtesis de partida que han guiat la investigació desenvolupada i que es pretenen verificar al llarg de l'estudi són les següents:

- El col·lectiu de dones marroquines residents a Catalunya manté relació amb la televisió del seu país d'origen. Així doncs, els vincles comunicatius de la població femenina marroquí amb les seves arrels culturals continuen vius, tot i que es combinen amb nous referents mediàtics de la societat d'acollida. És a dir, les dones marroquines residents a Catalunya combinen el visionat de programacions televisives fetes al seu país d'origen amb emissions del país d'acollida.
- El consum de televisió de les dones marroquines residents a Catalunya està subjecte al control patriarcal. Questions com decidir quin programa visionar depenen dels homes de la família. Tot i això, les dones troben a la televisió nous models de rols de gènere.
- La televisió és un mitjà útil de cara al procés d'integració en tan que és el motor de difusió de la llengua. Així doncs, el col·lectiu de marroquines residents a Catalunya l'utilitza amb la intenció de conèixer i apropiarse al català i al castellà com a nous idiomes, i poder arribar a interactuar amb plenes condicions amb el seu entorn. També per conèixer altres aspectes de la cultura i la història d'un país que els era desconegut quan van arribar-hi. A més a més, dins de l'entorn familiar, aquest ús destaca especialment quan hi ha fills/filles petits/infants a la llar. Les mares es preocupen per afavorir el procés d'adaptació dels seus fills i de les seves filles (segones generacions) i fan servir la televisió com a font de recursos cognitius.
- El consum de televisió internacional està lligat, sobretot, al fet de voler seguir informats sobre el que passa al seu país d'origen. Aquest fet s'accentua quan continuen conservant, al Marroc, amistats i familiars.

3.2. Descripció de la mostra

La mostra està formada per un total de deu dones d'origen marroquí que assisteixen a classes d'alfabetització de català i castellà al Centre Social Domingo Solà, a Barcelona (El Raval). Totes elles fa més de tres anys que resideixen a Catalunya. A més, els uneix el fet de que cap d'elles treballa, actualment, tot i que algunes si que ho han fet en un altre moment. A la llar

familiar hi viuen únicament amb el marit i els fills, a excepció d'una d'elles que ja hi suma, a més a més, una tercera generació: els néts.

La llengua que utilitzen per relacionar-se amb el seu entorn és el castellà, per aquesta raó les entrevistes s'han realitzat amb aquest idioma. Tot i això, a través de la influència dels seus fills, que han estat educats a Catalunya, comencen a aproximar-se al català. Els més petits de la llar ja són consumidors de productes televisius en aquesta llengua i la resta de la família, per extensió, també va introduint-se, a poc a poc, a continguts en català primer a través dels dibuixos infantils que miren els seus fills, però després de la mà d'altres programes –sobretot d'entreteniment, com ja veurem en l'apartat de l'anàlisi dels resultats- de cadenes de televisió autonòmiques.

En general, l'aprenentatge de la llengua i les seves capacitats per expressar-se estan més relacionades amb el temps que fa que han sortit de casa, ja sigui per treballar, en un altre moment, o per assistir al centre, que no amb els anys de residència a la ciutat. Moltes d'elles fa més de deu anys que són a Catalunya i gairebé no saben ni escriure el seu nom, perquè tampoc ho han necessitat abans. Lligat amb la escriptura està el tema de la escolarització, la majoria d'elles és el primer cop que assisteixen a una classe, ja que a Marroc no van anar mai al col·legi, perquè només gaudien d'aquesta oportunitat els homes de la família.

El col·lectiu entrevistat respon, doncs, a unes característiques culturals i econòmiques molt concretes que condicionen la manera de relacionar-se amb l'entorn, i per tant també amb els mitjans de comunicació i amb la televisió, que és el cas que ens ocupa. Formen part de famílies amb pocs recursos que no van emigrar per altra cosa que per intentar millorar la seva posició. És per això que moltes de les conclusions a les que es pot arribar amb aquest estudi estan molt lligades a les característiques concretes d'aquest grup de dones, que malauradament s'han d'enfrontar dia a dia a una realitat que no els posa les coses gens fàcils per tirar endavant. És el cas d'una de les entrevistades, que explica les dificultats per pagar la llum amb les que es troba la seva família cada cop que arriba final de mes, amb el que veure la televisió s'ha convertit en una activitat de luxe. Per tant, són resultats que s'han d'entendre dintre de les

limitacions amb que s'ha trobat el col·lectiu per accedir a l'escola, a la cultura, i les restriccions econòmiques amb les que s'ha desenvolupat tan al seu país d'origen com al nou país de residència.

Taula 1. Perfil de les entrevistades				
NOM	EDAT	ESTUDIS	TEMPS DE RESIDÈNCIA A CATALUNYA	NOMBRE DE FILLS
Lakbira I.	56	Primaris	8 anys	1
Khadija O.	45	Primaris	16 anys	3
Latifa A.	50	Sense estudis	15 anys	3
Rquia M.	67	Sense estudis	16 anys	4
Souad L.	28	Primaris	5 anys	1
Bouchra D.	40	Secundaris	7 anys	4
Malika M.	51	Sense estudis	18 anys	3
Fatima A.	48	Primaris	16 anys	1
Habiba F.	58	Sense estudis	3 anys	3
Zaina H.	54	Primaris	15 anys	2
Font: Elaboració pròpia				

3.3. Descripció del procés del treball de camp

Com ja s'ha dit a la introducció d'aquest apartat, s'han realitzat entrevistes en profunditat. Per tant, s'ha treballat des d'una perspectiva qualitativa. Les entrevistes s'han realitzat en dos dies del més d'abril de 2014 (8 i 24). El lloc de realització ha estat el mateix centre social on realitzen els cursos al barri barcelonès de El Raval (carrer Aurora, nº10). Aquestes trobades s'han

desenvolupat de forma individual –excepte en un dels casos- per tal d'evitar la imitació de les respostes i que les entrevistades poguessin expressar-se amb més llibertat.

La durada aproximada de les entrevistes va ser d'aproximadament quinze minuts amb cadascuna d'elles. En general, i tal i com es pot veure en les transcripcions de les entrevistes adjuntades a l'annex, les entrevistades no s'estenien gaire en les seves respostes. La sensació personal no és tant que estessin tallades amb la situació sinó més aviat que es veien limitades per l'idioma a l'hora de poder expressar-se amb major comoditat.

Abans de les entrevistes vàrem explicar a les participants l'objectiu del treball que s'estava desenvolupant i que el seu contingut i la seva reproducció serien únicament acadèmics. Cap d'elles va mostrar problemes a l'hora de respondre a les qüestions, així com tampoc en que l'entrevista fos enregistrada.

A l'hora de donar les seves dades algunes si que es van mostrar més reticents, al principi, pel tema de la privacitat, és per això que vam acordar deixar tan sols el nom i la inicial del cognom de cadascuna d'elles. A l'hora d'escriure'l, ens vam adonar de les dificultats amb l'escriptura, cosa que estan treballant des del centre. La majoria d'elles, però, encara està aprenent a posar el seu nom –en espanyol- i en lletra majúscula.

A continuació, s'adjunta el guió a partir del qual s'ha recopilat la informació analitzada, tot i que, com es veurà en les transcripcions, les preguntes inicials han estat en molts casos modificades, o adaptades, a les característiques de les entrevistades. La raó principal ha estat el fet que, en un principi, les preguntes eren més concretes i diferenciaven el consum televisiu de cadenes autonòmiques i estatals. Aquesta i d'altres diferenciacions s'escapaven del coneixement de la mostra seleccionada, i per tant, el qüestionari s'ha anat adaptant al seu nivell cultural, i també lingüístic. Un fet que, lligat a la dificultat afegida de no poder contactar fàcilment amb aquest tipus de mostres en espais públics, demostra les complicacions que tota investigació que vol aprofundir al voltant d'aquest col·lectiu va trobant en el seu camí.

3.3.1. Guió de les entrevistes

L'esquema bàsic al voltant del qual es va elaborar el guió pretenia respondre als objectius i les hipòtesis plantejats en els apartats anteriors, i per tant, preguntaven a les entrevistades per la seva dieta mediàtica tenint en compte les programacions tan de la televisió àrab com espanyola, i pel context familiar com a element condicionant (o no) del consum televisiu.

Així doncs, parlem de “televisió àrab” després de veure que no tenia sentit el plantejament inicial que preguntava únicament per la televisió marroquí, ja que a través de la parabòlica l'accés és molt més obert i plural, i avarca canals d'altres països que també els apropa a la realitat cultural més pròxima als seus orígens. Una puntualització semblant amb el cas de la “televisió espanyola” ja que, com s'ha establert anteriorment, les entrevistades no feien aquesta diferenciació entre cadenes autonòmiques i estatals que es plantejava en un inici.

- Mires la televisió marroquí? Quan? Quins canals? A través de quin sistema de distribució? Ho fas des de casa? Quins programes segueixes a la televisió marroquí? Per què mires aquests canals/programes?
- Mires la televisió catalana? Quan? Quins canals? Algun programa que t'agradi especialment? Per què mires aquesta televisió?
- Mires la televisió espanyola? Quan? Quins canals? Algun programa que t'agradi especialment? Per què mires aquesta televisió?
- Quina de les 3 programacions segueixes més? Per què?
- Destacaries alguna diferència entre la televisió d'aquí (catalana i espanyola) i la del teu país?
- La televisió (espanyola i catalana) t'ha servit per aprendre coses que t'han ajudat a la teva adaptació aquí, a Catalunya? En cas afirmatiu, què has après amb la televisió? En cas negatiu, de quina manera podria ajudar la televisió en el vostre procés d'adaptació?
- Amb qui mires la televisió? Sola? Acompanya de tota la família? Dels fills/es? Amb amigues?...
- Els esculls tu sempre els programes que mires?
- Veure un o altre programa depèn de si estàs sola o acompanyada?

- Creus important que els teus fills i filles miren la televisió del Marroc? I la catalana? I la espanyola? Per què?

4. ANÀLISI DELS RESULTATS

El consum mediàtic de les dones d'origen marroquí residents a Catalunya és una via bàsica per apropar-se al seu nou entorn socio-cultural. Parlem de “via bàsica” perquè moltes de les dones entrevistades surten per primer cop de casa (de l'espai privat) per assistir a classes d'alfabetització (espai públic), tot i portar un llarg període de temps instal·lades al país. Per tant, el consum de mitjans des de la llar, segons les entrevistes principalment de ràdio i televisió, pot acabar assolint un paper molt important en relació al seu procés d'adaptació. El fet d'haver-se dedicat plenament als fills i a la llar ha endarrerit la seva incorporació a la vida pública, cosa que ha limitat, també, el seu accés a la llengua catalana i castellana. La seva relació amb Catalunya i amb la seva gent no ha començat en el moment en el que han arribat al país sinó en el moment en el que han decidit sortir de la llar per apropar-se a la realitat de portes enfora. A més, les entrevistes també donen compte de que per als marits el contacte és més immediat: algunes entrevistades valoren superior el seu coneixement de llengües (castellà/català) o indiquen que, per motius laborals, passen el dia fora de la llar.

El cas concret que ens ocupa analitza la informació obtinguda arran de les entrevistes realitzades a un grup de dones residents al barri barcelonès del Raval. Els resultats han de ser entesos dins de la realitat d'aquest col·lectiu concret, amb uns recursos econòmics molt escassos, i uns coneixements culturals limitats per una societat, la del seu país d'origen, que no els va permetre assistir a escola pel fet de ser dones. Arran del seu testimoni intentem dibuixar les línies de consum i usos de televisió de les marroquines residents a Catalunya, però també ens ha permès obtenir pinzellades sobre altres factors importants que es deriven d'aquest consum com són les relacions familiars o la influència dels rols de gènere establerts tant per la societat d'origen com la d'acollida.

4.1 Una dieta mediàtica multicultural

A través dels testimonis de les dones d'origen marroquí entrevistades, es podria assenyalar, en relació a l'elaboració de la seva dieta mediàtica, dos tipus de perfils. D'una banda el de la dona que opta per combinar la programació de canals estrangers d'origen àrab, a través de la recepció de la senyal per satèl·lit, i la dels canals nacionals i autonòmics. L'altre perfil amb el que ens hem trobat és amb el del consum exclusiu de televisió espanyola. El fet de voler aconseguir millorar el domini de la llengua és una de les raons que porta a un consum més intensiu de les cadenes estatals.

“Este año no, solo la televisión española porque quiero hablar. La familia no habla español en mi casa, habla árabe. Yo estudio español y quiero hablar español, por eso este año he querido ver la televisión española. No entiendo del todo, pero entiendo un poco”. (Habiba K.)

Val a dir, però, que el perfil contrària –el que es dediqui únicament al consum de televisió àrab- no s'ha donat en cap dels casos estudiats, pel que podríem concloure, en aquesta línia, que la intensió d'integrar-se, almenys amb la bona voluntat per aprendre la llengua que han mostrat totes elles a través de les entrevistes, existeix en tots els casos estudiats.

D'aquesta breu introducció dels diferents perfils de la mostra es desprèn que el col·lectiu de dones marroquines entrevistades manté relació amb la televisió del seu país d'origen, i ho fa a través de les antenes parabòliques. Així doncs, els vincles comunicatius de la població femenina marroquí amb les seves arrels culturals continuen vius gràcies a l'accés als canals de la televisió àrab a través d'aquest sistema de distribució molt estès. De fet, totes les entrevistades expliquen que disposen d'una d'aquestes a la seva llar.

Les dones marroquines residents a Catalunya combinen el visionat de programacions de televisions àrabs amb emissions del país d'acollida. El visionat de pel·lícules, per exemple, sol estar lligat al consum mediàtic dels canals àrabs, ja que s'adapten millor a les normes i els models de comportament establerts per mitjà de les seves arrels culturals.

“Miro la televisión marroquí por Satélite, no tengo ordenador. Miro estas películas –del oeste- porque no tienen cosas malas”. (Lakbira I.)

Les al·lusions al concepte de “coses dolentes” també sortiran, més endavant, quan es pregunta pel visionat de continguts televisius amb els fills. Així ho explica una de les entrevistades:

“A veces salen cosas en la televisión y paso vergüenza. La chica, el señor...a veces cambio de canal si es a la hora de comer y está mi hijo. Por eso él tiene su televisión”. (Rquia H.)

Del total de les deu dones entrevistades, les referències a aquest tipus de pràctiques prohibides apareix en la conversa amb quatre d'elles, d'entre les que està el testimoni de Rquia H. i Lakbira I, exposat anteriorment. Les entrevistades es mostren avergonyides davant de certes escenes en les que els protagonistes es puguin mostrar en actituds marcadament afectuoses. Aquestes escenes incòmodes s'accentuen especialment en el cas del visionat de pel·lícules raó per la qual en la majoria dels casos en els que pares i fills veuen junts la televisió és únicament quan aquests veuen dibuixos animats o sèrie infantils, però no quan són pel·lícules, ja que aquestes han hagut d'estar seleccionades amb anterioritat, o bé seran mirades per separat, cadascú a la seva televisió, respectant l'espai dels diferents membres de la família.

Pel que fa a les cadenes de televisió i el tipus de programa, les entrevistades han explicat que miren notícies, programes de cuina, documentals, series de televisió i pel·lícules; per influències familiars de fills i marits també són consumidores de dibuixos animats i canals de futbol. En les entrevistes han anat apareixent algunes referències concretes a cadenes de televisió com Antena 3, també Neox i Nova, Telecinco, TVE, Clan TV i TV3. Aquesta última només ha aparegut una vegada i ha estat per influència dels néts, que veuen en aquesta cadena dibuixos infantils, entre els que apareix *Doraemon*.

D'entre el tipus de programes més vistos destaquen els del gènere d'entreteniment. Així, han aparegut al·lusions a alguns com *Gran Hermano* i *La Voz* (Telecinco), *Pasapalabra* (Antena 3) i *el Gran Dictat* (TV3). També referències més generals a series de televisió als canals d'Antena 3 Media

(Nova i Neox) entre les que podem mencionar *Los Simpson* i dibuixos animats a Clan TV.

Una de les raons per les quals la tendència detectada va cap al consum de productes televisius emmarcats dintre del gènere de l'entreteniment pot ser pel fet que a Marroc no hi ha tanta varietat d'aquest tipus de programes. Així doncs, segons el testimoni d'una de les entrevistades, a Espanya hi ha més programes de tipus conversacionals, en els que es parla amb gent, s'interactua amb ells, es pregunta sobre les seves vides, etc.

“En España hay muchos programas de preguntas –entrevistas- en la televisión árabe no hay muchos” (Suad L.)

Per últim, volem destacar que tot i que no hi ha hagut cap referència específica al consum de productes religiosos, si que es cert que una de les entrevistades ha parlat de la cadena de televisió islàmica en espanyol, Córdoba TV. Els programes als que ha fet referència no són, però, de caràcter religiós, sinó de temàtica culinària. Una referència més a aquest tipus de programes, que apareix en cinc de les deu entrevistes realitzades.

4.2 Rols de gènere heretats a una societat patriarcal

El fet que les dones marroquines establertes a Catalunya provinguin d'una cultura on la figura masculina s'imposa en l'estructura familiar, feia pensar que el consum de televisió d'aquest col·lectiu estaria subjecte al control patriarcal. Tot i això, a través del testimoni de les entrevistades sembla que aquesta hipòtesi no es ben bé certa. La majoria d'elles explica que l'elecció de la programació a la llar és més aviat el resultat d'una elecció familiar, en la que tenen pes, sobretot, elles i el seus marits. A més, el fet que els seus homes siguin els que treballen, i elles les que es queden a casa, comporta que estiguin moltes hores soles, amb el que la major part del temps són elles les que decideixen que mirar a la televisió.

“Mi marido es panadero, se pone a trabajar muy pronto, así que no ve mucho la televisión. Yo estoy sola en casa. Y miro la televisión sola, normalmente”.
(Habiba K.)

El fet de mirar la televisió amb el seu marit és, d'alguna manera, un suport per poder seguir millor els programes amb castellà i català, ja que generalment l'home de la casa, que és el que ha sortit més, coneix millor la llengua i pot seguir més fàcilment el contingut. Per tant, des d'aquest punt de vista, es detecta una certa dependència ja que, mirar la televisió en solitari, suposa enfrontar-se a una sèrie de dificultats a l'hora de descodificar els missatges.

“Miro la televisión a veces con mi marido. Si algo no lo entiendo me lo explica. Él sabe mejor hablar español” (Rquia. H)

Tot i considerar que els testimonis concretats en aquest estudi podrien mostrar un canvi en les jerarquies patriarcals, els rols de gènere establerts per uns i altres continuen molt vius en l'imaginari de les protagonistes, i es reflecteixen en el seu programari. Així doncs, quan preguntem a les entrevistades que és el que segueixen a la televisió es repeteixen les respostes que senyalen els programes de cuina com un dels seus predilectes.

“Hay un señor que hace cocina, he aprendido a cocinar con él. [...] A veces lo miro y aprendo platos nuevos”. (Rquia H)

En canvi, els homes de la casa –ja siguin els fills o els marits- tendeixen a ser grans seguidors del deport rei, el futbol. Quan són ells els que escullen què posar a la televisió, sempre hi ha algun partit per veure, ja sigui de la lliga espanyola o d'altres lligues estrangeres. Quan preguntem a les entrevistades si a elles els agrada veure el futbol no ens diuen que no, ens diuen més aviat que no és per a noies.

“Mi marido a veces quiere ver el futbol, el Barça. [...] Pero el futbol no es mucho de mujeres, es de hombres, por eso a veces hay guerra en la casa”. (Fátima. A)

Així doncs, tot i considerar que la dieta mediàtica de les llars de famílies d'origen marroquí s'escull a través dels gustos de tots els membres de la família, sobretot del pare i de la mare, creiem que aquests gustos estan molt subjectes als rols de gènere establerts per les normes socials. Així doncs, l'home no mirarà un programa de televisió on ensenyen a cuinar plats típics

espanyols, perquè ell no serà l'encarregat de fer el dinar. I la dona no escollirà mai un partit de futbol, entre d'altres possibilitats, perquè l'esport en general, però sobretot aquest, és cosa d'homes, i ella no hi té res a dir. Aquest fet, sumat a les diferències pel que fa a l'habilitat lingüística entre homes i dones són alguns dels factors claus per entendre els rols assignats dintre de la llar i que es detecten a partir de l'anàlisi d'actituds davant la televisió.

4.3 Un consum televisiu familiar segregat (religió)

El col·lectiu de marroquines residents a Catalunya entrevistades utilitza la televisió com un mitjà útil de cara al seu procés d'integració, sobretot amb la intenció d'aprendre el català i el castellà com a nous idiomes, i poder relacionar-se amb plenitud de condicions amb el seu nou entorn. D'aquesta manera, la televisió es converteix en una plataforma d'accés a la llengua, tot i que molts cops es topin amb dificultats per seguir amb normalitat la programació que s'ofereix.

Les entrevistades es defensen millor amb el castellà, és per això que miren, sobretot, cadenes estatals. El català es la llengua que s'ha incorporat més tard, a través de la influència dels seus fills que, tal i com hem pogut observar a partir de les entrevistes realitzades, si que veuen dibuixos en català.

“Solo miro Telecinco, Antena3 y la 1. La catalana no, porque no lo hablo. Puedo mirarla con los niños, dibujos”. (Malika M.)

A més de la llengua, un altre dels usos que s'ha repetit al llarg de les entrevistes és el d'aprendre a cuinar plats típics catalans i espanyols. Així doncs, com ja s'ha comentat anteriorment, els programes de cuina són uns dels predilectes per aquest col·lectiu, que es relaciona alhora amb la llengua i amb la cultura gastronòmica del país.

“[La televisión española me ha enseñado] muchas cosas, a hablar, a cocinar cocina española...muchas cosas” (Zaina. H)

El fet de tenir fills fa que aquestes mares es preocupin per afavorir el procés d'integració dels seus fills i de les seves filles i fan servir la televisió com a font de recursos cognitius. La majoria d'elles dóna molta importància al fet que els

seus fills siguin consumidors, sobretot, de la televisió del país d'acollida, més tenint en compte que molts d'ells ja han nascut a Catalunya.

“La televisión marroquí no sirve para mis hijos. Han nacido aquí, van a estudiar aquí y a trabajar aquí. Prefiero que, por el idioma y los estudios, vean la española. Hay muchas cosas de Marruecos que ellos no saben y no entienden. Ellos tienen toda su vida aquí”. (Khadija O.)

Molts cops aquesta no és una actitud que decideixi imposar la mare, sinó que són els propis fills els que, d'alguna manera, no estan interessats en mantenir aquest binomi televisiu entre els continguts de les televisions àrabs i les espanyoles. Algunes de les entrevistades expliquen com els seus fills volen canviar de canal quan els seus pares miren la televisió en marroquí.

“[A mi hijo] no le gusta mirar la televisión árabe, aunque no sé porque, Le encanta ver películas españolas, y cambia de canal cuando yo escucho canales en árabe”. (Lakbira I.)

D'altres famílies, però, són més partidàries de potenciar la convivència intercultural i per això intenten que els seus fills no obliden d'on venen ni qui són. Això ho fan a través del coneixement de la llengua àrab, però també a través de l'educació en la religió musulmana.

“Miran la televisión [árabe] y saben árabe. Ellos hablan catalán, castellano y árabe, también. Van a una Mezquita, los fines de semana, para aprender el Corán, para saber cosas de su país”. (Zaina H.)

“A veces hay que bajar a Marruecos y él tiene que aprender y hablar y defenderse con el idioma. No como nosotros que cuando llegamos aquí no sabíamos ni decir hola. Él en cambio sabe árabe, catalán, español e inglés”. (Fátima A.)

El més habitual en l'imaginari cultural marroquí no és, però, que els pares i els fills vegin junts la televisió. Al Marroc, la tradició imposa que pares i fills ho facin per separat; d'aquesta manera, el més habitual en el sí de les famílies entrevistades és que tinguin més d'una televisió a casa i que el visionat de series o pel·lícules es faci de forma separada. Aquesta és una de les principals

diferències que han assenyalat les enquestades entre la cultura televisiva espanyola i la marroquí.

En Marruecos no puedes ver una película con la familia. Cada uno tiene su habitación donde ver la película. El padre y la madre solos, no con los niños. Aquí se juntan. (Zaina H.)

“[Veo la televisión con ellos] cuando hay dibujos pero películas no, esto prohibido. Cuando son grandes ya se espabilan ellos mismos.” (Zaina H.)

Amb els dibuixos infantils és diferent, segons el testimoni d'algunes de les entrevistades amb fills petits. En aquest cas sí que veuen la televisió junts, sobretot en les hores de les menjades, per dinar o per sopar. Veiem que són força rigorosos amb el consum de televisió, quan els nens són petits, limitant el contingut però també les hores de visionat.

“Mis hijos tienen otra televisión y solamente la ven los sábados y los domingos. Ven dibujos, o películas de risa de niños. Otra cosa no”. (Zaina H.)

En aquesta tendència a separar el consum televisiu dels diferents membres de la família entra en joc, també, la diferenciació de sexe. Els tabús de la sexualitat són més grans quan implica la figura materna amb el fill o el net, que no pas amb la filla o la neta. Així doncs, davant d'una escena a la televisió encasellada dintre del que es consideraria “prohibit” les dones entrevistades són més partidàries a canviar de cadena de televisió si estan davant la presència masculina, ja que el pudor és més gran. És menys incòmode, però, si el mateix succeeix entre dones.

“Tengo un poco de vergüenza cuando se hacen besitos. Con mis nietos no tengo vergüenza pero con mi hijo sí. Cambiamos de programa”. (Malika M.)

Tot i que en les entrevistes realitzades no hagi sortit explícitament el tema de la religió, d'entre els diferents comportaments explicats es desprenen pinzellades d'una herència religiosa –la de l'islam- que encara condemna certes actituds davant del sexe, i davant de les relacions entre homes i dones, no només dintre del matrimoni sinó també amb els fills. Així doncs, veiem que davant de la predisposició familiar a veure la televisió units s'han de tenir en compte certes

mesures que tot i que no s'han parlat prèviament tots els membres de la família són conscients que s'han de complir.

4.4 L'actualitat, des de les dues bandes de l'estret

El consum de televisió internacional està lligat en gran mesura al fet de voler seguir informades sobre el que passa al seu país d'origen. Amb aquest objectiu, les dones d'origen marroquí segueixen els informatius del Marroc, però també d'altres països àrabs.

“Con la parabólica veo las noticias, en francés y árabe”. (Boushra D.)

Quan surt a la conversa el tema de les notícies en la majoria dels casos hi ha alguna referència a la situació econòmica actual, tan a Marroc com a Catalunya. Les dificultats per trobar feina, per pagar el lloguer del pis...És una realitat que viuen i que veuen des de ambdues parts de la frontera.

*[En la televisión marroquí] veo noticias, también. Gente pobre, como aquí...”.
(Rquia H.)*

La realitat de les dones d'origen marroquines entrevistades va de la mà amb la de la de tants i tants espanyols que són, ara mateix, víctimes de les conseqüències de la crisi econòmica. Tot i això, la majoria d'elles es conscient que la seva situació tampoc seria millor si tornessin a casa. La duresa del seu dia a dia fa que per a algunes d'elles el fet de mirar la televisió s'hagi convertit en un luxe que no es poden permetre.

“Me gustan todas, escucho todo. También la radio. La radio me gusta mucho, la tele no la podemos pagar, gasta mucha luz. La radio, en cambio, va a pilas”.

Una de les entrevistades ens explica que el seu marit parla moltes llengües: àrab, bereber, anglès, espanyol, francès...tot i això, es veu obligat a anar de porta en porta buscant feina, i de moment només ha aconseguit un treball que l'ocupa tres hores al dia.

Al final, les notícies que arriben des d'una o altra direcció acaben sent, tot i que en idiomes diferents, els mateixos drames humans que es repeteixen i aquests és igual amb l'idioma en que estiguin explicats. Desgraciadament són entesos i

compartits per moltes persones més enllà de qualsevol frontera que es vulgui imposar.

5. CONCLUSIONS

Aquest Treball de Final de Grau vol ser una aproximació a l'estudi del consum i la recepció de productes televisius per part del col·lectiu de dones d'origen marroquí residents a Catalunya. Aquest col·lectiu és un dels més nombrosos al territori català, i representa un 20'2% en relació al total de la població estrangera però, tot i això, la seva integració està força condicionada pels prejudicis al voltant de la cultura islàmica, i, en el cas concret de la dona, dels estereotips entorn l'estructura patriarcal i la conseqüent imposició de rols de gènere masclistes.

La perspectiva assumida a l'inici d'aquest Treball de Fi de Grau era la de dibuixar les línies del consum de productes televisiu entre aquest col·lectiu, tenint en compte que les noves tecnologies de la informació i de la comunicació fan possible el consum transnacional de productes culturals provinent de qualsevol part del món. La principal conclusió que se'n treu, al final d'aquest informe, és la continua interrelació entre els productes locals, globals i de la pròpia cultura, que es desprèn d'una forma clara en l'àmbit del consum mediàtic televisiu. Si bé és cert que la necessitat de mantenir vincles amb les seves arrels culturals d'origen propicia el seguiment de determinats mitjans culturals estrangers, això no impedeix el consum d'una programació nacional i autonòmica pensada, en un principi, exclusivament per a la població autòctona. Així doncs, podem dir que la tendència majoritària que s'ha detectat a través de la realització d'aquest estudi va en la línia d'un consum integrador, que combina la visualització de productes lligats als seus orígens àrabs, amb la programació de les televisions catalanes i espanyoles.

En línies generals, podem determinar que ni es dóna un rebuig als productes elaborats en el país receptor, ni tampoc un abandonament dels que provenen de la seva cultura d'origen. Així doncs, a través dels testimonis recollits a partir del treball de camp realitzat al Centre Social Domingo Solà (al barri barcelonès de El Raval) no hi ha cap indicatiu que permeti parlar d'incompatibilitat, sinó tot el

contrari. Aquesta és una idea que mereixeria ser recordada cada cop que es posa en dubte la voluntat d'aquest col·lectiu de participar i implicar-se en la societat d'arribada, ja que les actituds amb les que ens hem trobat estan molt lluny de ser les d'unes persones tancades i inaccessibles, tal i com se les dibuixa a través d'alguns discursos socials, polítics i mediàtics. En el cas de les dones d'origen àrab es tracta més aviat d'un col·lectiu que, desgraciadament, no ha disposat dels mitjans per poder construir una vida fora de l'espai familiar, i que no ha disposat de les eines necessàries per poder relacionar-se amb tota la comoditat que haguessin desitjat.

La dificultat per entendre el català i el castellà, tan a nivell de comprensió lectora i sonora, com també –i sobretot- en termes d'escriptura, és molt elevada. Aquest fet suposa una trava per a la seva incorporació a la vida pública, i arrossega una conseqüent dependència masculina; a més d'allunyar-les, d'alguna manera, de l'oferta mediàtica de la que podrien gaudir si les coses fossin diferents.

Com es pot veure, són molts els reptes que encara queden per endavant, però el que considerem imprescindible de destacar, és el fet que la voluntat per aprendre i per integrar-se existeix. Aquest fet ens porta a pensar que la tendència de futur pronostica canvis en els seus models no només de consum, sinó també socials. Amb això volem dir, per exemple, que les futures generacions no necessitaran deu anys de residència a Catalunya per decidir sortir de casa, buscar feina, aprendre la llengua, i construir una vida fora de l'esfera estrictament familiar. De fet, aquesta tendència ja es pot identificar a través del consum televisiu dels fills, que interactuen d'una forma molt més activa amb els productes de la societat d'acollida, sobretot en els que es reproduïxen en llengua catalana, que encara és l'assignatura pendent del col·lectiu femení analitzat.

Aquest tipus d'estudis, que analitzen el consum cultural de les poblacions d'origen immigrant, resulten interessants en tan que profunditzen en l'encaix d'aquest col·lectiu en les societats d'acollida. En aquest cas concret, ens ha servit no tan sols per conèixer més sobre l'àmbit de les pràctiques, els usos i les actituds davant l'oferta mediàtica, sinó que també ens ha ajudat a apropar-

nos la quotidianitat de les dones d'origen marroquí residents a Catalunya, en aspectes que transcendeixen la construcció de la dieta televisiva i els seus usos. D'aquesta manera, hem pogut conèixer com es desenvolupen les relacions familiars dintre d'una llar a mig camí entre la nostàlgia d'un passat que es van veure obligats a deixar enrere i un present que no ha pogut respondre del tot a les expectatives d'una vida pròspera que es plantejaven a l'inici d'aquest projecte migratori. Així doncs, en l'anàlisi d'activitats tan quotidianes com el consum televisiu es poden conèixer i determinar aspectes que poden ser interessants a l'hora d'elaborar estratègies d'integració del col·lectiu immigrant, alhora que poden apropar postures i allunyar actituds aferrades en la diferència, que només porten a la intolerància, la falta de respecte o a la insolidaritat.

6. BIBLIOGRAFIA

AGRELA, Belén (2004), "La acción social y las mujeres inmigrantes ¿Hacia unos modelos de intervención?". *Portularia*, 4.

ALCALDE, Rosa et al. (2002), "Las mujeres marroquíes en Cataluña: entre la transgresión y el cambio". *Revista Catalana de Sociologia*, 18.

ALEGRE, Miguel Angel; HERRERA, Diego (2002). "Escola, oci i joves d'origen magrebí. Segones generacions de famílies immigrades i el sentit de la seva inserció social. El cas de Mataró". *Papers*, 66.

AMEZAGA, Josu et al. (2001), "Biladi. Usos de la televisión por satélite entre los y las inmigrantes magrebíes en Bilbao".

ARFUCH, Leonor (2005), "Pensar este tiempo. Espacios, afectes, pertenencias". Buenos Aires: Editorial Paidós SAICF.

BENÍTEZ EYZAGUIRRE, Lucía (2011), "La recepción de la televisión transnacional y los proyectos migratorios: un estudio de campo en Marruecos". *IC Revistas Científicas de Información y Comunicación*, 8.

BRUGUÉ, Quim et al. (2013), "Informe per a la integració de les persones immigrades a Catalunya". Barcelona: Departament de Benestar Social i Família-Generalitat de Catalunya.

GRUP DE RECERCA TCCIP (2008), "Usos i actituds dels immigrants davant dels mitjans de comunicació". Barcelona: Universitat Ramon Llull.

HERRERA, Encarna (2007), "La incorporació d'immigrants a la societat d'arribada". *Revista catalana de sociologia*, 22.

HUERTAS, Amparo; MARTÍNEZ, Yolanda; MORERAS, Jordi (2013), "Prácticas y consumos mediático-culturales del colectivo marroquí en España". Madrid: Fundación Autor y Fundación Alternativas.

HUERTAS, Amparo; REGUERO, Nuria; SAGARZAZU, Itxasne (2010), "Integración social y consumo mediático y cultural de los migrantes magrebíes en Cataluña". *Zer* Vol.15- Núm. 29.

IGLESIAS, Marcelona (2010), "Conflicto y cooperación entre España y Marruecos". Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

MASANET, Erika; RIPOLL, Carolina (2008), "La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional". *Papers*, 89.

MORERAS, Jordi (2009), *Actors i representacions. L'associacionisme d'origen marroquí a Catalunya*. Barcelona: Secretaria per a la Immigració-Generalitat de Catalunya.

MORERAS, Jordi (2004). *Marroquíes en Cataluña*. En: Atlas de la inmigración marroquí en España. LÓPEZ, Bernabé; Berriane Mohamed. Madrid: Secretaría General de Inmigración y Emigración.

PÉREZ, María Dolores (2008), "Mujeres inmigrantes: realidades, estereotipos y perspectivas educativas". *Revista Española de Educación Comparada*, 14.

SUÁREZ, Juan Carlos (2013), "La mujer inmigrante en la cultura patriarcal y su reflejo en los medios de comunicación". *Sphera Publica*, VOL.1- Núm. 13.

ZANFRINI, Laura (2007), "La convivencia interétnica". Madrid: Alianza Editorial.

6. ANNEXOS

Entrevistada 1: Lakbira I

Viu a Barcelona des de fa 8 anys. Quan, al 2006, va venir a Espanya va anar a viure directament a Barcelona, on ja estava instal·lat el seu marit. No treballa, ni ho ha fet mai. Actualment, viu amb el seu fill, de 16 anys, i el seu marit.

¿Miras la tv marroquí?

Si, solo una película de indios, de 8 a 9.

¿Cómo la miras?

Por la televisión por satélite, porque no tengo ordenador. La veo des de mi casa. Miro estas películas –las del oeste- porque no tienen cosas malas.

¿Miras la televisión catalana?

La televisión catalana no, la castellana. Para intentar entender un poco. Cuando estoy en la cocina también escucho la radio, normalmente futbol.

¿Qué canales ves?

De canales no se decirte el nombre, la verdad es que no veo tanto la televisión.

¿Ves más la televisión española o la marroquí?

Más la española.

¿Sabrías decirme alguna deferencia entre ellas?

La diferencia para mi es que las películas que miro en la televisión árabe las entiendo todas, pero las del español hay cosas que aún no.

¿Te ha servido para aprender alguna cosa, la televisión española?

Me ha servido para aprender castellano, mirando películas.

¿Escoges tú siempre los programas que miras?

Cuando estoy sola sí. Sino mi hijo o mi marido. Aunque mi marido no tiene mucho tiempo, pero cuando vine, a la hora de comer, se ponen los dos a ver un programa de televisión que les gusta mucho. Esto o el futbol, a mi hijo le encanta el futbol.

¿Crees que es importante que tu hijo mire la televisión de Marruecos?

A él no le gusta mirar la televisión árabe, aunque no sé porque. Le encanta ver películas españolas, y cambia de canal cuando yo escucho canales en árabe.

Entrevistada 2: Khadija O.

Fa 16 anys que viu a Barcelona. Abans treballava, tot i que ara es dedica exclusivament a les feines de la llar. Fa 4 mesos que estudia espanyol al centre del Raval. Té un fill, de 14 anys, i dos filles, de 12 i 7 respectivament. A casa viu amb el seu marit i els 3 petits.

¿Ves la televisión marroquí?

Sí. La miro cuando tengo tiempo. La veo des de mi casa, tenemos parabólica.

¿Y la televisión española? ¿Qué canales?

También veo la televisión de aquí, con los niños. El niño mira cada día el futbol, las niñas pequeñas los dibujos.

¿Cuál de las dos ves más?

Por los niños veo más la televisión de aquí, catalana y española.

¿Te ha ayudado en tu proceso de integración la televisión española?

Me ha ayudado a aprender la lengua, ya que escucho el idioma.

¿Con quién miras la televisión?

Miro la televisión con mi familia.

¿Quién escoge lo que se mira en la tv?

A veces escojo yo, pero cuando vienen los niños ponen ellos los que quieren. Cada uno quiere mirar sus cosas. El niño siempre pone el canal de futbol cuando llega. Las niñas Los Simpson y Doraemon, les encanta.

¿Crees que es importante que tus hijos miren la televisión marroquí?

La televisión marroquí no sirve para mis hijos. Han nacido aquí, van a estudiar y a trabajar aquí. Prefiero que, por el idioma y los estudios, vean la española. Hay muchas cosas de Marruecos que mis hijos no saben y no entienden. Ellos tienen toda su vida aquí.

Entrevistada 3: Latifa A.

Va arribar a Barcelona ja fa 15 anys. Actualment no treballa, tot i que si que ho va fer uns anys, a una empresa de neteja. Té cinquanta anys, i viu amb el seu marit i els seus 3 fills.

¿Miras la televisión marroquí?

Sí, a veces, pero la española más. La veo con la antena, normalmente por la tarde. Pero no mucho, más la española porque quiero hablar, escuchar.

¿Ves la televisión catalana y española?

También veo la catalana y la española, mucho. Pero yo no lo entiendo todo.

¿Cuál ves más?

La de aquí es la que miro más.

¿Te ha enseñado alguna cosa que te haya ayudado?

He aprendido muchas cosas, por ejemplo a cocinar. Hay cosas que no he podido aprender porque no conozco el idioma del todo bien.

¿Con quién ves la televisión?

La miro sola, tengo una televisión pequeña en mi habitación. También la veo con mis hijos, en el comedor.

¿Crees que es importante que tus hijos vean la televisión marroquí?

No la miran ni quieren, yo quiero pero ellos me piden que la apague. No sé porque, no lo entiendo.

Entrevistada 4: Rquia H.

Fa 16 anys que viu a Catalunya. Durant molt de temps va estar a casa, i no ha sigut fins fa poc que ha sortit per assistir a classes i aprendre l'idioma. No treballa perquè la seva salut no li permet. Actualment, viu amb el seu fill, de 25 anys, i el seu marit. Té dues filles més, però estan a Marroc.

La televisión de aquí España me gusta. Siempre escucho la radio, un poco el catalán y el castellano. Preguntan a la gente como está, que come... me gusta mucho, me sirve para aprender el idioma, poco a poco.

También veo la marroquí, des de mi casa. Tengo la parabólica. Pero de España a mí me gustan mucho las noticias, muchos problemas, hay cosas buenas y cosas males...y también veo siempre Pasapalabra.

De la televisión marroquí, ¿qué programas ves?

Noticias también, veo la gente pobre, como aquí.

¿Y de la española y la catalana?

Veo Pasapalabra. Me gusta mucho escuchar hablar catalán, también, aunque no soy joven y me cuesta más aprenderlo.

¿Cuál ves más?

Me gustan todas, escucho todo. También la radio. La radio me gusta mucho, la tele no la podemos pagar, gasta mucha luz. La radio, en cambio, va a pilas.

¿Le ha ayudado la televisión a aprender cosas que le hayan sido útiles para su adaptación aquí?

Hay un señor que hace cocina, he aprendido a cocinar con él. En Telecinco. A veces lo miro y aprendo platos nuevos.

¿Con quién suele ver la televisión?

Miro la televisión a veces con mi marido, si algo no entiendo me lo explica. Él sabe hablar mejor el español.

¿Y con sus hijos, la ve?

Mis niñas viven en Marruecos, solo vive mi hijo con nosotros. El mira el futbol. Tiene una televisión en la habitación. Para nosotros está el comedor.

¿Quién escoge la programación en tu casa?

Yo y mi marido. A veces salen cosas en televisión y paso vergüenza. La chica, el señor...a veces cambio de canal si es a la hora de comer y está mi hijo. Por eso él tiene su televisión.

¿Él suele mirar la televisión de Marruecos también?

No sé muy bien lo que mira el, pero sí que ve el futbol de nuestro país también.

Entrevista 5: Suad L.

Fa 5 anys que viu a Barcelona. No va anar a l'escola, a Marroc i ara assisteix a classes per aprendre el castellà. Viu amb el seu marit i els seus fills, i no treballa.

¿Miras la televisión marroquí?

La marroquí no. La televisión árabe.

¿Des tu casa?

Si, con la parabólica.

¿Y que ves en la televisión árabe?

Programas de animales...documentales.

¿Y la catalana y la española, la ves?

La española sí.

¿Cuándo la ves?

Por las tardes

¿Sabrías decirme algún programa que mires?

El programa de El Gran Dictado.

¿Y cuál ves más?

La española.

¿Hay diferencias entre la televisión árabe y la española?

En España hay muchos programas de preguntas –entrevistes- en la televisión árabe no hay muchos.

¿Te ha ayudado a aprender algo útil a tu llegada a España?

Sí, a hablar castellano mejor.

¿Con quién sueles ver la televisión?

Sola o con mi marido. Con mi hija pequeña veo dibujos.

¿Quién escoge los programas?

Yo y mi marido.

¿Crees que es importante que tu hija vea la televisión árabe?

Sí, ella también la mira. Pero también es importante la televisión de aquí. Porque ella va al colegio aquí.

Entrevista 6: Boushra D.

Fa 7 anys que viu a Barcelona, i ho fa amb els seus fills i el seu marit. Es mestressa de casa i assisteix a classes d'alfabetització. A Marroc estudiava francès i àrab, i aquí castellà.

¿Ves la televisión de Marruecos?

Sí

¿Des de tu casa?

Sí, tengo parabólica.

¿Qué programas miras?

Con la parabólica veo noticias, en francés y en árabe.

¿También ves la televisión española?

La televisión española la veo por internet. Miro la televisión de Córdoba. Veo programas de cocina española.

¿Cuál miras más?

Las dos.

¿Ves alguna diferencia entre la tv árabe y la española?

Igual, no noto diferencias.

¿Te ha enseñado alguna cosa la televisión de España?

El mejorado el idioma.

¿Con quién ves la televisión?

Con mis hijos y mi marido

¿Que miran tus hijos?

Dibujos y películas infantiles.

¿Quién escoge los programas?

Mi marido y yo. Y mi hija también, a veces coge ella el mando.

¿Es diferente la programación si esta ella o no?

Sí

¿Crees que es importante que tu hija vea la tv marroquí?

Ella los dibujos los ve en catalán, va aquí al colegio.

Entrevistada 7: Malika M.

Malika té 51 anys i en fa 18 anys que viu fora de Marroc. Fa 4 anys va arribar a Barcelona per posar-se a treballar. Actualment, però, està sense feina i s'està fent molt complicat trobar alguna cosa, a la seva edat. Viu amb la seva filla i els seus nets, tot i que abans eren més a la llar familiar. Ara el seu fill ha marxat de casa i el seu marit també ha hagut de fer-ho.

¿Miras la televisión marroquí?

No mucho, miro más la televisión de Dubái. También la española. Miro Telecinco, el programa de *la Voz*.

¿La televisión árabe la ves desde de tu casa?

Sí, tengo la parabólica, que llega a todo el mundo: India, Pakistán, Dubái, Egipto...

¿Qué tipo de programas ves?

Por la noche cuando la niña duerme miro una película.

¿Y la televisión española?

Solo miro Telecinco, Antena3 y la 1. La catalana no, porque no lo hablo. Puedo mirarla con los niños, dibujos. Con mis hijos ya no, porque están grandes, pero ahora lo hago con los nietos.

¿Qué televisión ves más? ¿Marroquí o española?

La marroquí no la miro mucho, la verdad. Yo miro la de Dubái. Y Telecinco. También TV3 –con sus nietos-.

¿Crees que hay mucha diferencia entre estas dos televisiones?

No, yo noto la diferencia al entenderlo, la española no la entiendo del todo bien.

¿Te ha servido la televisión española para aprender algo cuando llegaste a Catalunya?

Si yo me miro mucho los programas de cocinar, trabajé en la cocina.

¿Con quién miras la televisión?

Con mi hija, con mis nietos y con mi hijo cuando viene. Pero tengo un poco de vergüenza cuando se hacen besitos. Con mis nietos no tengo vergüenza pero con mi hijo sí. Cambiamos de programa.

¿Quién escoge lo que ponéis en la televisión?

Cuando las nietas vienen a comer escogen ellas. Cuando ellas se van a dormir escojo yo. Ellas no saben árabe como yo, además solo les dejamos ver canales de niños.

Entrevistada 8: Fatima A.

Fàtima fa 16 anys que viu a Barcelona, tot i que quan ella va arribar el seu marit ja estava instal·lat a la ciutat. Els seus sogres ja vivien a la capital catalana i ells i el seu marit ja tenien un cert domini de l'idioma. Viu amb el seu marit i el seu fill y actualment no treballa. El seu home si, però tan sols tres hores. Tot i que explica que parla àrab, bereber, angles, espanyol i francès es conscient que les coses estan molt difícils.

¿Miras la televisión de marruecos?

Sí

¿Tienes parabólica en casa?

Si

¿Y Que programas ves?

Series, noticias...Hay diferentes canales

¿La televisión española y catalana la miras también?

Claro que si

¿Qué canales ves?

Nova, Neox, también cuatro. Telecinco, a veces.

¿Y qué miras?

Las noticias cada día. Y hay veces que hay películas también.

¿Miras más la televisión marroquí o la española?

Igual, aquí un poco la otra un poco...y ya está.

¿La televisión de aquí te ha servido para aprender?

Si, en la Nova veo series de aquí que me han ayudado un poco.

¿Con quién miras la televisión? Con mi marido.

¿Tienes hijos?

Si, tiene 15 años. Pero él tiene otra tele, y ve cosas de pequeños.

¿El que mira?

Dibujos. Clan, y otra que no sé cómo se llama

¿Tú la miras con él?

Si a veces la miro con él, programas y series para reír.

¿Quién decide lo que miráis en la televisión?

Mi hijo a veces se va a la otra tele así que lo ve allí. Mi marido a veces quiere ver el futbol, el Barça.

¿A ti no te gusta?

No es eso, pero el futbol no es mucho de mujeres, es de los hombres. Por eso a veces hay guerra en la casa.

¿Tu hijo también ve la televisión de Marruecos?

Si, habla árabe perfectamente.

¿Crees que es importante que la vea?

Claro, si si. A veces hay que bajar a Marruecos y él tiene que aprender y hablar y defenderse con el idioma. No como nosotros que cuando llegamos aquí no sabíamos ni decir hola. Él, en cambio, sabe árabe, catalán, español e inglés.

¿Tú hablas catalán también?

No yo no, mi marido sí.

Entrevistada 9: Zaina H.

Té 49 anys i viu amb el seu marit, els seus fills i la seva germana. Fa 15 anys que va venir a viure a Barcelona, amb els seus fills. El seu marit es va quedar treballant a Marroc. Abans treballava d'ajudant de cuinera, però ara està sense feina.

¿Miras la televisión de marruecos?

Sí, siempre

¿Des de tu casa?

Si porque tenemos parabólica

¿Y que ves en la televisión?

Hay muchos canales de marruecos. Veo películas, noticias, programas de cocina... Vemos casos de mujeres maltratadas, señores maltratados... aprendemos muchas cosas.

¿Ves también la televisión española y catalana?

Uf si, más importante. En mi opinión la pongo española porque estoy viviendo aquí y quiero aprender muchas cosas de aquí que aún no se.

¿Y qué ves?

Noticias, cocina, películas españolas. También veo Gran Hermano.

¿Y cuál ves más? ¿La española o la marroquí?

Mas la española

¿Son muy diferentes?

Un poquito, en Marruecos no puedes ver una película con la familia. Cada uno tiene su habitación donde ver la película. El padre y la madre solos, no con los niños. Aquí se juntan.

¿Y tú ves la televisión con tus hijos?

Si cuando hay dibujos pero películas no, esto prohibido. Cuando son grandes ya se espabilan ellos mismos.

¿La televisión española té ha enseñado algo que te haya ayudado a adaptarte a la vida de aquí?

Muchas cosas, a hablar, a cocinar cocina española...muchas cosas.

¿Normalmente con quien ves la televisión?

Con mi familia, mi marido, mi hermana, mis hijos...

¿Y quién suele escoger lo que veis?

Yo y mi marido. Mis hijos tienen otra televisión, y solamente la ven los sábados y los domingos. Ven dibujos, o películas de risa de niños. Otra cosa no.

¿Ellos miran la televisión árabe también?

Sí, claro. Miran la televisión y saben árabe. Ellos hablan catalana y castellano y árabe también. Van a una mezquita los fines de semana para aprender el Corán, para saber cosas d su país.

Entrevista 10: Habiba K.

Habiba porta tan sols 3 anys vivint a Barcelona, però té moltes ganes d'aprendre. Des del primer dia va començar amb les classes d'alfabetització, perquè no volia quedar-se a casa. A Marroc no treballava, però aquí s'ha posat a buscar feina, tot i que de moment no li ha sortir res. Viu amb el seu marit i els seus tres fills. La gran ja va a la Universitat.

¿Miras la televisión de marruecos?

Este año no, solo la televisión española porque quiero hablar. La familia no habla español en mi casa, habla árabe. Yo estudio español y quiero hablar español, por eso este año he querido ver la televisión española. No entiendo del todo, pero entiendo un poco.

¿Tus hijos hablan español?

Mis hijos si, y ya son mayores. La mayor ya está en la universidad.

¿Los niños normalmente que ven?

No lo sé muy bien. La chica siempre esta con el ordenador. Los chicos igual. Yo la veo con mi marido, ellos están en el ordenador no sé qué miran. Mi marido es panadero se pone a trabajar muy pronto, así que no ve mucho la televisión. Yo estoy sola en casa. Y miro la televisión sola normalmente.

¿Con tus hijos no?

No juntos, yo quiero una tele para ver lo que quiero yo y mis hijos otras cosas. Películas americanas, por ejemplo, ¿sabes? Y la chica siempre ordenador.

¿Escoges tú los programas?

Si

¿Y qué escoges normalmente?

Noticias, sobretodo. Me gusta escuchar hablar a la gente.