

La integración social a través de los medios escritos

POR LAURA LÓPEZ ROMERO

Los medios de comunicación dirigidos a la comunidad de extranjeros residentes en España son uno de los fenómenos más desconocidos del panorama mediático español. Su estructura actual está ramificada en medios impresos, audiovisuales y digitales. Se ofrece un análisis descriptivo y analítico de las funciones informativas e integradoras de esta modalidad de medios escritos en Málaga.

Dentro de la estructura mediática española subyace un significativo volumen de medios de comunicación que son creados por comunidades extranjeras residentes en España. Este fenómeno comunicativo, ramificado en prensa, radio y televisión, constituye un campo de investigación y análisis de gran interés dentro de las Ciencias Sociales.

La producción de esta modalidad de medios ha ido en aumento y presenta en la actualidad un amplio registro de idiomas, de temáticas y de objetivos informativos. Ciudades como Alicante, Málaga, Madrid, Barcelona, Mallorca o Tenerife, entre otras, constituyen los principales focos de emisión de medios de comunicación dirigidos a extranjeros residentes, dato que conecta con el alto volumen de población foránea empadronada en estos núcleos.

Aproximación al fenómeno de la prensa extranjera en España

Si bien desde principios de este siglo se aprecia un mayor interés científico por el estudio de los medios que las comunidades extranjeras editan en España, en especial la prensa escrita (Gómez-Escalonilla, 2008), el origen de este fenómeno mediático se remonta a finales del siglo XIX, con la aparición de los periódicos *The Tenerife News* (1891) o *The Canary Islands Review* (1903-1904) (García Galindo, 1998).

Los inicios de esta modalidad de prensa extranjera están vinculados a la actividad turística. A lo largo del primer tercio del siglo XX surgen nuevas cabeceras en lengua extranjera en

distintos puntos de España, destacando las ciudades de Málaga y Mallorca. Será a partir de la década de 1960 con la llegada del turismo de masas y posteriormente en la década de los 1970, con la implantación del turismo residencial, cuando emerja con mayor fuerza este fenómeno periodístico, localizando nuevas cabeceras en focos de población extranjera como Málaga, Alicante y Mallorca, entre otros. A lo largo de estas décadas, la prensa elaborada en lengua extranjera está orientada hacia los denominados 'turistas residenciales'. En paralelo al crecimiento del entramado residencial irán surgiendo medios escritos en otros idiomas como el alemán, el danés, el noruego, el finés, el ruso, el francés o el holandés. Más tarde, a finales del siglo XX y principios del XXI surgen publicaciones extranjeras en otros idiomas como el chino, el japonés, el árabe, también el español (para las comunidades hispanas) y otras lenguas de Europa del Este.

En este sentido, a consecuencia de la evolución de la población extranjera residente, el perfil del lector de esta prensa en la actualidad es extensible tanto a turistas residenciales (residentes de ocio) como residentes extranjeros (laborales) y turistas en general.

La terminología utilizada para designar a los medios de comunicación dirigidos a las comunidades extranjeras es amplia en el plano internacional y no ha alcanzado en la actualidad un consenso. Para la designación de la prensa escrita, objeto de estudio en esta investigación, algunos de los principales términos que indistintamente se han utilizado tanto a nivel nacional como internacional son prensa extranjera, prensa étnica, prensa en la diáspora, prensa inmigrante, prensa para minorías, etc. (Blau, 1998; Delacroix, 1998; Rigoni, 2007; Gómez-Escalonilla, 2008; Gómez Mompert, 2008). Es necesario aclarar que el término 'prensa extranjera' en esta investigación se identifica exclusivamente con las publicaciones periódicas escritas y dirigidas a las comunidades de residentes extranjeros, evitando identificar con este concepto a la prensa extranjera importada de otros países.

El censo de la prensa extranjera en la provincia de Málaga se llevó a cabo en el año 2005 y conforma el primer censo exhaustivo efectuado en esta zona. Su larga trayectoria en la producción de este tipo de medios hace que la provincia malagueña sea uno de los principales referentes en este campo de estudio en España. De hecho, la primera publicación extranjera en Málaga data de 1915, con la revista inglesa *Los Aliados*. El amplio volumen de prensa localizada, así como la variedad de idiomas en el censo realizado son fruto de la consolidada estructura poblacional foránea, cuyo crecimiento constante ha ido edificando una red empresarial que ha beneficiado el desarrollo y la consolidación de este mercado periodístico.

Metodología

El estudio descriptivo y analítico conforma la base metodológica de esta investigación cuyo propósito fundamental ha consistido en la creación de un censo de publicaciones extranjeras en la provincia de Málaga. Los datos estadísticos han sido contrastados con entrevistas en profundidad a treinta y dos directivos o redactores jefes de las cabeceras analizadas, así como con la composición de un grupo focal compuesto por directivos y/o redactores jefes de la prensa extranjera.

Referentes mediáticos de la prensa extranjera

Una primera explotación de la base de datos que se ha creado para este estudio revela la existencia de 124 publicaciones editadas desde la provincia de Málaga en el año 2005. Se trata de una cifra que no pasa inadvertida y que responde a la pujanza de un sector mediático todavía desconocido. Por motivos de espacio, se han destacado en este artículo algunos de los principales resultados del análisis de contenido de esta prensa.

El idioma

El [gráfico 1](#) muestra la representación de los medios escritos en Málaga distribuidos según el idioma. El 73 por ciento de las publicaciones está escrito en inglés, un 9 por ciento en español, un 6 por ciento en alemán, un 3 por ciento en holandés, un 2 por ciento en sueco, danés y finlandés respectivamente, un 1 por ciento en ruso, francés y noruego, proporcionalmente. La alta presencia de población de origen británico en la zona del litoral coincide con el volumen de prensa escrita en inglés.

En primer lugar, sorprende el amplio abanico de idiomas, aunque por otro lado se echa en falta la presencia de otras lenguas en zonas como Madrid y Barcelona (en el caso de la prensa en chino o el japonés) o en provincias como Almería y Granada, donde existe prensa en árabe. El 27 por ciento de las publicaciones está escrito en al menos dos idiomas. De ahí que el español constituya el 9 por ciento del total de lenguas. A ello hay que sumar la prensa editada en español por parte de la comunidad hispanohablante en la provincia de Málaga.

Si bien en el año 2005 la prensa para la comunidad hispanohablante era muy reducida en Málaga (con apenas dos publicaciones dirigidas a la comunidad argentina), la situación actual, a fecha de 2009, es muy distinta y se acerca más a la estructura mediática que presentan Madrid o Barcelona en relación a prensa escrita para la comunidad latina. En Málaga capital se localizan en la actualidad más de una decena de periódicos y revistas editadas y orientadas a las comunidades colombianas, peruanas, paraguayas, argentinas, ecuatorianas, bolivianas, etc., así como prensa para ciudadanos de Europa del Este.

Tipo de publicación y periodicidad

Abordando la variable 'Tipo de publicación', el [gráfico 2](#) muestra que las revistas conforman el 54 por ciento de la prensa extranjera, seguidas por los periódicos (18 por ciento), las guías (7 por ciento) y los boletines (5 por ciento). El restante 16 por ciento está constituido por publicaciones que no se corresponden con las variables antes mencionadas ya que presentan una fisonomía más cercana a folletos publicitarios o comerciales, aunque por incluir un porcentaje de textos periodísticos se han censado en este estudio.

La periodicidad de la prensa escrita (ver [gráfico 3](#)) refleja que el 51 por ciento de las publicaciones extranjeras cuenta con una edición mensual, un 18 por ciento es bimestral, un 11 por ciento es trimestral, un 10 por ciento es semanal, un 2 por ciento es quincenal, un 2 por ciento es anual y un 6 por ciento registra una periodicidad indeterminada. Se ha podido confirmar que no existen periódicos diarios en la prensa extranjera en la provincia de Málaga.

Aunque no es habitual en esta modalidad de medios impresos, el periódico *Majorca Daily Bulletin*, nacido en 1962, es una de las excepciones ya que sí cuenta con una periodicidad diaria.

Precio, tirada y auditorías

La gratuidad de la prensa extranjera es un factor determinante y muy característico. De hecho, el 89 por ciento de las publicaciones extranjeras es de distribución gratuita mientras que el 11 por ciento restante está constituido por periódicos y revistas cuyo precio al público oscila entre un 1 euro (de los periódicos) a los 5,50 de algunas revistas. Algunas publicaciones extranjeras cuentan con una distribución mixta, lo que significa que un mismo periódico o revista puede ser distribuido gratuitamente por establecimientos variados, hoteles, campos de golf, etc., pero estar al mismo tiempo a la venta.

Relacionado con la gratuidad del producto, el promedio de tirada en este sector, un 43 por ciento, oscila entre los 10.001 y los 20.000 ejemplares; un 24 por ciento distribuye entre 1.000 y 10.000 ejemplares; un 22 por ciento entre 20.001 y 30.000 y un 11 por ciento más de 30.000.

El ámbito de difusión de las publicaciones extranjeras presenta una amplia variedad, desde una distribución muy reducida y localizada en determinados puntos locales de un municipio, a una cobertura más amplia que alcanza áreas regionales, nacionales e internacionales.

Es importante conocer que sólo el 5 por ciento de las publicaciones está auditado por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), mientras que el 95 por ciento restante emplea otras técnicas, bien a través de servicios notariales o a través de cálculos estimativos de la propia empresa.

Ubicación de sedes locales

En relación con la ubicación de las sedes locales de la prensa extranjera, se ha constatado que la presencia de estas publicaciones es directamente proporcional al número de población foránea. En este sentido, los municipios costeros presentan un mayor número de medios escritos que los censados en el interior de la provincia, siendo mayor la proporción de prensa en la zona occidental, entre Torremolinos y Manilva, a la zona oriental, entre Rincón de la Victoria y Nerja (ver [figura 1](#)). Llama la atención la proliferación de medios escritos en zonas del interior, síntoma de la dispersión de la población foránea ante la saturación urbanística del litoral.

Capacidad integradora a debate

Junto al estudio descriptivo, es obligado profundizar en el análisis de contenido de estas publicaciones para conocer su funcionalidad y tratar de examinar qué razones concretas inciden en el lector para proceder al consumo de estos medios escritos.

Dada la complejidad de datos que configura la estructura de este tipo de prensa, cabe debatir si estas publicaciones constituyen un nexo de unión cultural e integrador entre los extranjeros residentes y la población local.

No cabe duda de que el primer factor para la integración social en una comunidad nueva comienza por el aprendizaje del idioma establecido, siendo su desconocimiento una barrera incuestionable para lograr una convivencia plena.

La integración y la cohesión social de las comunidades foráneas a través de la prensa escrita son las líneas centrales de los estudios publicados en este campo. Según Jean-Michel Lacroix (1998, p. 27), la lectura de la prensa extranjera en general ayuda al emigrado a integrarse en el entorno social ya que estas publicaciones son esencialmente un acto de participación. Esta idea es compartida por Henk Westerik (2001, p. 197) al identificar una asociación positiva el consumo de este tipo de prensa con la integración de la comunidad. En este mismo campo, la investigadora Judith Blau (1998, p. 22) considera que la llamada 'prensa inmigrante' puede constituir la herramienta más importante y universal para crear puentes entre las comunidades autóctonas y las nuevas asentadas.

Las publicaciones extranjeras pueden adoptar otras funcionalidades, como la de foro público, siendo el buque insignia de este tipo de prensa la patentada por Pulitzer a través de su periódico *The World*, desarrollando el concepto de *use paper*, es decir, un periodismo de servicio. Gómez Mompert (2008, pp. 48-49) resalta que la prensa hispana en Nueva York tiene una doble función: por un lado, en tanto que organizador social de la comunidad pluriétnica (puertorriqueños, mexicanos, cubanos, salvadoreños, guatemaltecos, ecuatorianos, etc.); y por otro, como conformadora de la identidad panhispana, manteniendo su idiosincrasia como latinos pero adaptándose a la sociedad de acogida, optando al mismo tiempo por una ciudadanía norteamericana. Esta última idea la defiende también Arendt (1994, p. 81) al identificar la prensa para inmigrantes esencialmente como un soporte para reafirmar el origen nacional de la comunidad extranjera en el país de acogida.

¿Una cuestión de necesidad?

Hay una gran diferencia entre los primeros turistas que optaron por residir en Málaga en los años del repunte turístico, o incluso antes, y los extranjeros que deciden en la actualidad establecer su vivienda en España. Con el paso de los años, la provincia de Málaga ha evolucionado desde un punto de vista infraestructural. Ya hay establecida una comunidad foránea que puede respaldar -en el caso de que sea necesario- a los recién llegados, no ya sólo por los posibles contactos personales, sino por la red o el entramado empresarial que encuentran a su servicio. Algunos ejemplos ilustrativos son los establecimientos de comestibles, extendidos por todo el litoral, que ofertan productos extranjeros, así como empresas, asociaciones, etc., al servicio de estas comunidades.

En la actualidad, dado el bajo porcentaje en el conocimiento de la lengua castellana por parte de la población foránea, los medios de comunicación (ya sea prensa, radio o televisión) en los

idiomas respectivos de cada comunidad constituyen una de las primeras fuentes a la que acceder para conocer el entorno más cercano.

Muchas de las publicaciones que se han creado en la provincia de Málaga, según se desprende de las entrevistas en profundidad realizadas, han respondido a la demanda por parte de los propios residentes extranjeros, de lo que se puede deducir que constituyen un artículo de necesidad. No obstante, no todas la prensa estudiada se ha creado en respuesta a una demanda, sino también por rentabilidad económica o promocional desde el punto de vista turístico. Sin ir más lejos, *Sur in English* (1984) fue concebido como producto promocional de la Costa del Sol en las ferias turísticas internacionales, como por ejemplo la *World Travel* (Londres).

Cabe plantearse algunas cuestiones: ¿qué razones concretas busca el lector para consumir estos medios escritos?, ¿qué usos y gratificaciones espera recibir con su lectura?

A través de las entrevistas en profundidad realizadas a directivos de los principales medios escritos, hemos podido observar cómo describen ellos la funcionalidad de la prensa extranjera en términos generales. Mats Börjkam (del rotativo sueco *Sydkusten*), Peter Leonard (de la revista inglesa *H! Society*) o Robina Lowry (de la revista inglesa *Estepona and West Coast Magazine*) (1) coinciden en argumentar que informar sobre el entorno más cercano desde un punto de vista cultural, histórico o medioambiental, define a una publicación como integradora. De igual manera, defienden la necesidad de que estas publicaciones estén escritas en sus respectivos idiomas y, además, por profesionales que entiendan España, para llegar más directamente al lector extranjero y atender sus necesidades. Por el contrario, algunos de los entrevistados no están de acuerdo en otorgar una función plenamente integradora a las publicaciones. Es el caso de Rachel Haynes (2), redactora jefe del rotativo *Sur in English*. Desde su punto de vista, aunque el objetivo del periódico está orientado a ayudar en el proceso de adaptación e integración de la comunidad foránea, paradójicamente se les facilita todo en inglés, lo que induce a que no necesiten hablar español para desenvolverse. Según Lenox Napier, editor del rotativo *The Entertainer* (3), dentro de la comunidad de habla inglesa no hay un interés explícito por la cultura española: «Mas allá de una inmersión de media hora en conversaciones o situaciones españolas, vivimos aquí con un tipo de cultura en paralelo al vuestro. Los jóvenes sí son 'integrados' bilingües, y ellos no van a leer la prensa escrita por los residentes extranjeros». David Warmington, gerente de la revista *Marbella Times* en los años noventa, defiende que por muchas publicaciones que haya al mismo tiempo, no significa que éstas cumplan una intencionalidad integradora: «Lo primero que se busca ahora es que los anunciantes estén de acuerdo con la publicación porque son sus únicas fuentes de ingresos. Desgraciadamente, son al final ellos los que van a tomar la decisión final sobre el producto» (4).

La prensa extranjera como periodismo de servicio

En el análisis de contenido desarrollado en esta investigación se confiere a los periódicos una función mucho más informativa que a otro tipo de publicaciones como las revistas, las guías

o los boletines. Aunque las revistas no ofrecen una información muy actualizada, dada su periodicidad, sí tienen la capacidad de ofrecer a sus lectores una mayor profundización en los temas abordados. Esto ayuda a la comprensión del residente extranjero de noticias o reportajes acerca de la historia de la zona, costumbres y tradiciones, medioambiente, fauna y flora, gastronomía o incluso noticias de calado político y social. Además, en las revistas más que en los periódicos aparecen en contadas ocasiones entrevistas o reportajes con el testimonio de familias extranjeras sobre su asentamiento y experiencia en Málaga.

Aparte de la posible cobertura informativa local o nacional que algunas publicaciones -las que menos- ofrecen la información de servicio constituye el denominador común en este tipo de prensa, es decir, una comunicación escrita que facilite al residente extranjero que no conoce el idioma, directrices encaminadas a facilitar la rutina diaria como por ejemplo dónde encontrar una farmacia, una clínica, un veterinario o un fontanero que hable su idioma, qué películas u obras teatrales son en versión original, qué derechos tiene a una sanidad pública o información específica sobre el empadronamiento, la tarjeta de residente, etc.

Rescatando la definición de la profesora Diezhandino (1997), el periodismo de servicio nace con el objetivo de cubrir una serie de necesidades concretas de sus lectores ligadas a una situación de carestía y necesidad. Se trata de ofrecer al lector las claves para conocer y, sobre todo, para resolver los más variados problemas cotidianos, es decir, la búsqueda de respuestas a las necesidades diarias, ofreciéndoles soluciones prácticas. ¿Podría clasificarse la prensa extranjera dentro del periodismo de servicio? ¿Estamos ante una prensa que socializa o que individualiza?

Las publicaciones extranjeras no son igual de resolutivas para un extranjero recién instalado que para otro que lleve asentado un periodo de tiempo más largo. Sin embargo, si ambos no hablan español, seguirán siendo consumidores de esta prensa. Según se ha podido extraer de las entrevistas en profundidad, los residentes extranjeros que hablan español no suelen consumir este tipo de prensa -en todo caso prensa local-, puesto que parte de la información que encuentran en estos medios extranjeros ya no la necesitan.

La prensa extranjera según los residentes extranjeros

¿Cuál es el punto de vista del receptor? Aunque esta investigación no esté basada en el análisis del receptor, sí al menos parece oportuno recoger aquí los resultados del estudio realizado por la Universidad de Münster sobre los lectores del rotativo alemán *Costa del Sol Nachrichten* (editado en Marbella) en 2004. Esta investigación pone de manifiesto que la recepción de la prensa extranjera no puede ser definida ni como integradora ni como segregadora, sino que conforma un nexo entre la población local y la extranjera, y dependiendo del conocimiento del idioma, de los intereses y de las motivaciones de cada lector, el uso del periódico y, por ende, su influencia, puede variar. La autora incide en resaltar que cuanto menos conocimiento hay del idioma español, más grande es el deseo o el interés de orientación por parte del rotativo hacia sus lectores. En caso contrario, a un nivel más elevado de español, menos dependencia hay de la información que se incluye en las

páginas. Este mismo estudio pone de manifiesto que un papel importante que sí cumple el rotativo alemán es homogeneizar a la mayoría de la población alemana transmitiendo la sensación de que todos pertenecen a una misma comunidad, respaldados y apoyados.

En conclusión, Böhm (2004) afirma que no se puede ni afirmar ni refutar que *Costa del Sol Nachrichten* ayude a la integración o a la segregación de la población alemana, sino que todo depende de las necesidades y motivaciones individuales.

Los resultados de este estudio podrían ser perfectamente extrapolables al marco de las publicaciones extranjeras en la provincia de Málaga. Mayoritariamente, este sector constituye una guía de orientación e información hacia el extranjero que todavía no ha aprendido el idioma español o que no tiene intención de aprenderlo.

Sin embargo, y en función de la información sobre la actividad periódica local, regional y nacional, esta investigación ha estimado que sólo el 20 por ciento de la prensa extranjera en Málaga persigue una función integradora del extranjero. El resto de las publicaciones cumple un objetivo más genérico, la adaptación del foráneo al entorno, pero no su integración con la población local.

Conclusiones

Las primeras publicaciones extranjeras nacieron vinculadas a la promoción turística de España de cara al exterior. Más tarde, en la etapa del boom turístico y con la aparición del turismo residencial, la oferta de este tipo de publicaciones asentó un mercado que a lo largo de las décadas siguientes ha ido ampliándose y ramificándose en otros soportes, como los audiovisuales y digitales. A día de hoy, la estructura de la prensa escrita extranjera es muy amplia y está presente no sólo en los focos tradicionalmente turísticos, sino también en grandes urbes y provincias donde el número de extranjeros residentes es significativo.

El perfil del residente extranjero en la provincia de Málaga influye directamente en los contenidos de sus medios escritos. Aunque en la actualidad la población foránea que se asienta es cada vez más joven y en edad laboral -más proclive, por tanto, a la integración, por mayor contacto con la población local o por la escolarización de los hijos- el colectivo de jubilados, con un poder adquisitivo medio o medio alto, que no conoce bien la lengua castellana, es uno de los perfiles de público lector más generalizado; lo que se conoce como turistas residenciales o residentes de ocio. Para este conjunto de extranjeros que desconoce el idioma español, la prensa extranjera se eleva como herramienta de cohesión y pertenencia a una misma comunidad, pero también se constituye en instrumento de información del entorno más cercano, no tanto con el objetivo de lograr una integración con la población local, sino una adaptación al nuevo lugar de residencia, facilitando los servicios disponibles según su idioma y su identidad. A través de las Cartas al Director y los consultorios sobre asuntos de índole económica, muy presentes en la prensa extranjera, se puede obtener la funcionalidad de foro público donde encontrar soluciones a problemas demandados por estos ciudadanos.

La mayor parte de la prensa extranjera en la provincia de Málaga obvia el cometido de la integración social de sus lectores, inclinándose por ofrecer contenidos más banales. Apenas un 20 por ciento de la prensa censada podría calificarse como integradora en función del tipo de contenido que ofrece, más proclive a un análisis informativo del entorno local y en algunos casos reflexivo, a través de los editoriales y artículos de opinión.

La valoración ofrecida por los directivos o redactores jefes de estos medios escritos ayuda a calibrar mejor el estado que la prensa extranjera ocupa en el mercado y su labor de cara a los lectores. La mayoría ha coincidido en afirmar que le sorprende el volumen de cabeceras existentes según el censo elaborado en esta investigación. De hecho, no entiende cómo la tarta publicitaria permite la permanencia en el mercado de tantas publicaciones al mismo tiempo, especialmente las escritas en lengua inglesa.

Notas

[1] Entrevistas a: Mats Börjkam, director del rotativo sueco Sydkusten (Málaga, 3 de junio de 2005); Peter Leonard, redactor jefe de la revista inglesa H! Society (Málaga, 19 de mayo de 2005); Robina Lowry, redactora jefa de la revista inglesa Estepona and West Coast Magazine (Málaga, 4 de junio de 2005).

[2] Entrevista realizada en Málaga el 12 de junio de 2005.

[3] Entrevista realizada en Málaga el 11 de julio de 2005.

[4] Entrevista realizada en Málaga el 6 de junio de 2005.

Bibliografía

Diezhandino, M. P. (1997). Especialización y periodismo de servicio. En Francisco Esteve (Coord.), *Estudios sobre información periodística especializada* (pp. 83-91). Valencia: Fundación Universidad San Pablo-CEU.

Arendth, H. (1994). Foreign Affairs in the Foreign-Language Press. En J. Kohn (Ed.), *Essay in undersganding* (pp. 81-103). New York: Harcourt Brace.

Blau, J. (1998). Immigrant Communities and Their Newspapers in America, 1850-1930. *Sociological Analysis*, 1, 13-24.

Böhm, B. (2004). *Auslandpresse zwischen Integration und Abgrenzung. Die Costa del Sol Nachrichten und ihre Láser. Eine empirische Studie*. (Proyecto fin de carrera). Alemania:

Universität Münster, Philosophischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms.

García Galindo, J. A. (1998). *El papel de los medios de comunicación en la configuración y promoción de la Costa del Sol*. En VV.AA., *Historia de la Costa del Sol*, Diario Sur, 233-240. Málaga.

— & Moreno Castro, C. (2002). *Periodismo y Turismo en España entre la Dictadura y la Democracia*. En J. A. García Galindo et. al. (Eds.), *La comunicación social durante el franquismo* (pp. 539-540). Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga.

Gómez Escalonilla, G. (Coord.) (2008). *Voces de la inmigración. Medios latinos en Madrid*. Madrid: Universitas.

Gómez Mompart, J. L. (2008). *Diversidad latina y comunicación panhispana en la prensa en español de Nueva York al inicio del siglo XXI*. *Doxa Comunicación*, 6, 15-51.

Lacroix, J. M. (1998). *Anatomie de la presse ethnique au Canada*. Burdeos : Presses Universitaires de Bordeaux.

O'Reilly, K. (2004). *El alcance y la naturaleza de la inmigración [de los] europeos en la sociedad española: Con especial referencia al caso británico*. Escocia: Universidad de Aberdeen, Facultad de Ciencias Sociales.

Salvà Tomás, P. A. (2002). *Prensa y cambios sociales en las Islas Baleares en los años sesenta*. En J. A. García Galindo et. al. (Eds.), *La comunicación social durante el franquismo* (pp. 485-493). Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga.

Westerik, H. (2001). *Community integration and the use of local media. A critical review*. *Communications*, 26, 197-209