

La visualització dels col·lectius estrangers a la ràdio i a la televisió de proximitat¹

MARIA GUTIÉRREZ

Professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I (UAB)

maria.gutierrez@uab.cat

MANEL MATEU

Professor associat del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I (UAB)

manel.mateu@uab.cat

ELISABET GARCÍA

Professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I (UAB)

elisabet.garcia.altadill@uab.cat

Article rebut el 30/06/2011 i acceptat el 13/12/2011

Resum

L'objectiu de l'article és analitzar la representació de la població estrangera als mitjans de comunicació audiovisual d'àmbit local, partint de la hipòtesi que la proximitat a l'entorn social contribueix a abordar el fet migratori i la diversitat cultural en clau de cohesió social i de convivència. L'anàlisi de l'oferta dels diferents mitjans, però, evidencia el baix índex de propostes programàtiques i revela l'absència de referents mediàtics que estimulin la creació de vincles emocionals entre els ciutadans nous i la societat d'acollida. Des de la perspectiva de les associacions d'immigrants, es posa de manifest que la tensió i el conflicte social són els factors que en determinen, en bona part, la presència als mitjans.

Paraules clau

Ràdio local, televisió local, estrangers, immigrants, estratègies programàtiques, interculturalitat.

Abstract

The aim of this paper is to analyze the representation of foreign people in local media. It is based on the hypothesis that proximity to social environment contributes to properly explain immigration and cultural diversity. The analysis of the TV and radio chart demonstrates the existence of few TV and radio programs that enhance emotional links between immigrants and local population. From immigrant associations perspectives, it is made manifest that tension and social conflict continue to be the main factors determining their presence in mass media.

Keywords

Local radio, local television, foreigners, immigrants, programming strategies, intercultural.

1. Introducció

Durant l'última dècada, el flux migratori internacional a Catalunya ha registrat un augment significatiu, amb uns efectes clars sobre l'estructura social de pobles i de ciutats. L'origen diferent dels nous ciutadans ha suposat la modificació del teixit social. Ara la societat catalana té un nou perfil conformat des de la diversitat cultural i lingüística. Segons l'informe de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat),² en data 31 de desembre de 2010, el 15% de la població que resideix a Catalunya és estrangera i presenta una composició força heterogènia atesa la seva procedència geogràfica.³ Des de la perspectiva dels mitjans de comunicació, la immigració implica la incorporació de nous consumidors amb perfils sociodemogràfics i socioculturals diversos.

Aquesta variabilitat en la composició de l'audiència ha estat difícil d'articular pels principals operadors radiofònics (Gutiérrez 2005), i també pels televisius (Gómez, Capdevila i Pastor 2006),

que han acabat circumscribint la visualització dels ciutadans immigrants als espais informatius. La presència dels ciutadans nous, doncs, obeeix a la transcendència de l'esdeveniment o a l'exposició de vivències personals amb trets d'anècdota, narracions totes elles revestides d'una patina de sensacionalisme.

Els mitjans de comunicació local incorporen el vector de la proximitat a la producció de continguts i adquireixen, així, una responsabilitat social sobre el territori, assolint la categoria de servei públic, amb independència de quina en sigui la titularitat (Chaparro 1998; Sabes 2002). Segons Martín Barbero (2010, 9), "[...] el que és local en una societat global significa un projecte de reconeixement i de creativitat sociocultural basat en una aposta quotidiana d'exercici ciutadà [...]", en què tot-hom ha de participar.

Segons Ortiz Guitart (2006), el sentit de pertinença reforça els vincles emocionals que lliguen un individu a una comunitat i un territori, i pel qual els estrangers desenvolupen processos d'in-

clusió en el nou entorn social que els permeten conviure sense tensions amb nous codis culturals. En aquest sentit, els mitjans de comunicació, en general “[...] juguen un paper clau en la manera en què les minories es relacionen amb les comunitats de l'àmbit local, nacional i transnacional, per això és important reflexionar sobre com contribueixen o influeixen en la construcció d'aquest sentit de comunitat i si això afecta la inclusió o l'exclusió social.” (Mena 2008, 135). Partint d'aquesta premissa, la modificació de l'estructura social, provocada pels fluxos migratoris significatius que han impactat Catalunya, hauria d'haver originat noves propostes que facilitessin la incorporació dels nous ciutadans. Les dades, però, no reflecteixen aquesta circumstància, ja que en els grans mitjans “[...] els consums dels estrangers no s'han traduït en canvis significatius en el sistema de mitjans o en la irrupció de nous productes associats a aquests consums” (Soriano 2010, 91). Per això, centrar l'atenció en els mitjans audiovisuals de proximitat pot ajudar a valorar-ne la influència en el procés d'integració, cohesió social i convivència entre els ciutadans autòctons i estrangers,⁴ assentats en un territori definit com a circumscripció administrativa.

2. La comunicació audiovisual local i la immigració: objecte d'estudi i de metodologia

Els dos objectius de la nostra recerca han estat:

- Detectar el grau d'implicació del mitjà en la construcció de valors relatius a la integració, la cohesió social i el coneixement mutu a partir de l'anàlisi de l'oferta.
- Conèixer la incidència i la valoració dels continguts de proximitat entre els col·lectius d'immigrants, representats per les seves associacions locals.

En el primer dels objectius, pretenem determinar la influència que el nou teixit social, conseqüència dels moviments migratoris, ha tingut sobre les estratègies programàtiques dels mitjans de comunicació audiovisual d'àmbit local. En el segon objectiu, volem apropar-nos a l'avaluació que fan aquests col·lectius sobre la seva presència i tractament als mitjans de proximitat. A partir de les seves valoracions, volem conèixer si s'han generat continguts audiovisuals que estimulin processos d'identificació i de reconeixement entre els ciutadans estrangers i que en facilitin la incorporació a la societat d'acollida.

Per al disseny de la metodologia s'han utilitzat eines de caràcter quantitatiu –fonamentals per a la construcció de la mostra tant dels municipis com de les associacions– i també instruments de caràcter qualitatiu, com l'entrevista en profunditat que permet conèixer la percepció i les experiències dels subjectes implicats. Aquest instrument qualitatiu –que se situa en el marc del relat etnogràfic– permet projectar tendències extrapolables a altres realitats sociomediàtiques locals.

El treball de camp s'ha realitzat sobre una mostra de cinc poblacions catalanes: una de la demarcació de Barcelona, una de la de Girona, una de la de Lleida, una de la de Tarragona i una de la de Terres de l'Ebre, definides a partir dels paràmetres següents:

- L'alt índex de població estrangera en relació amb el total d'habitants del municipi. Les fonts d'informació han estat principalment les dades de l'Idescat, els informes de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya i els ajuntaments.
- La significació mediàtica de la població pel que fa a assumptes d'immigració relacionats amb situacions de conflicte i en tensió, però també amb la bona convivència. Cal dir, però, que aquesta última casuística ha tingut una influència baixa en la conformació de la mostra, ja que les situacions de cohesió social i de multiculturalitat tenen una rellevància escassa en els mitjans de comunicació.
- La presència de mitjans audiovisuals de comunicació local i/o comarcal, tant de titularitat pública com privada, desestimant l'oferta dels mitjans qualificats com a ètnics que s'adrecen especialment als col·lectius d'immigrants d'una determinada àrea geogràfica.⁵

L'aproximació als mitjans de comunicació s'ha realitzat des de dos vessants diferents, combinant eines metodològiques quantitatives i qualitatives. Per una banda, hem analitzat les graelles de programació distingint entre la producció pròpia i l'aliena, i, a més, hem definit els continguts a partir del gènere programàtic. Per l'altra banda, s'ha considerat necessari complementar aquesta informació amb la realització d'entrevistes als responsables de programació de les emissores i també d'algunes plataformes de distribució local.

La taula 1 presenta les poblacions que conformen la mostra i recull els diferents percentatges de població estrangera, amb una indicació dels col·lectius amb més presència. S'observa que en tots els casos, els col·lectius de nousvinguts superen el 22%, arribant a fregar el 45% en el cas de Salt. El Marroc apareix com la nacionalitat amb més presència en tres de les cinc localitats.

És fàcil deduir l'alt grau d'heterogeneïtat de la població estrangera en cadascun dels municipis observant la diferència percentual entre els tres col·lectius amb més presència i el percentatge total que apareix a la columna de població estrangera.⁶ Aquesta circumstància va influir *a priori* en la determinació dels criteris per seleccionar els col·lectius que havien de ser entrevistats. La primera opció va ser seleccionar-ne dos d'entre els tres primers, o sigui, els que apareixen recollits a la taula 1, però el teixit associatiu de les localitats ens va obligar a adaptar-nos a la seva idiosincràsia. Per una banda, tal com es posa de manifest a la taula 2, vam observar que no hi ha una relació directa entre el pes d'un determinat col·lectiu i el nombre d'associacions representades (vegeu també la taula 1). Així, tot i que a Balaguer el col·lectiu més important de nousvinguts és de l'est d'Europa, cap de les dues associacions registrades correspon a ciutadans d'aquest origen. El mateix es constata a Salt, on hi ha quaranta entitats de països subsaharians i, en canvi, només hi ha una associació de l'Amèrica Llatina, tot i que el col·lectiu d'Hondures és el tercer amb més presència a la població. Finalment, a Salt, Vic i Tortosa els marroquins són el grup més nombrós, però només es fa palès a Tortosa, amb un nombre més alt d'associacions.

Taula 1. Municipis que conformen la mostra i percentatges dels tres col·lectius estrangers amb més presències

Municipi	Total població	Població autòctona		Població estrangera		
		Total	%	Total	%	% col·lectius amb més presència
Balaguer	16.766	12.938	77,17	3.828	22,83	7,90% Romania 6,41% Marroc 1,96% Senegal
Salou	27.016	16.160	59,82	10.856	40,18	5,89% Senegal 3,14% Romania 2,60% Regne Unit
Salt	31.897	17.738	55,61	14.159	44,39	15,95% Marroc 6,14% Gàmbia 4,18% Hondures
Tortosa	36.428	28.019	76,92	8.409	23,08	7,50% Marroc 3,46% Romania 2,85% Pakistan
Vic	40.228	30.036	74,7	10.060	25,3	9,5% Marroc 2,62% Ghana 2,18% Equador

^A Balaguer i Salou: <<http://www.idescat.cat/poblacioestrangera>> [Consulta: gener-març de 2011]

^B Tortosa: <<http://217.126.56.220:8081/WebAJT/EstadistiquesHabitantsServlet>> [Consulta: març 2011]; Vic: Informe Estadístic, Pla de Ciutadania i Immigració d'Osona i *Anuari socioeconòmic de Vic*, 2009. <<http://217.126.56.220:8081/WebAJT/EstadistiquesHabitantsServlet>> [Consulta: març de 2011]

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat^A i els ajuntaments^B

Taula 2. Associacions d'immigrants presents a les localitats objecte d'estudi

Procedència	Balaguer	Tortosa	Salou	Salt	Vic
Est d'Europa		1	2		
Amèrica Llatina		2	4	1	4
Xina		2			
Àsia del Sud (Índia, Pakistan)		1		1	1
Marroc		4		6	1
Àfrica zona subsahariana	1	2	4	40	12
Sense referència geogràfica	1*			3	1*

* Es tracta d'associacions religioses musulmanes.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades pels ajuntaments i els consells comarcals.

Un altre factor que ha afectat la relació final d'associacions que hi han participat ha estat les dificultats de contacte per realitzar l'entrevista. Ara bé, tot i haver de renunciar als nostres criteris inicials, hem intentat assegurar la presència de dues associacions per localitat⁷ que representessin diferents col·lectius d'estrangers i també que tinguessin objectius, activitats i trajectòries diferents. De fet, és a partir de les entrevistes en profunditat als seus màxims dirigents que hem obtingut la informació de base per reconstruir les percepcions d'aquests actors socials.

3. La representació dels col·lectius estrangers, una estratègia de programació

Les graelles de programació són el punt de connexió de la ràdio i de la televisió amb l'audiència. Tant els continguts com l'organització reflecteixen una manera d'interpretar l'entorn creant o consolidant determinats imaginaris i, per tant, reconduint l'opinió pública. En aquest sentit, la representació mediàtica dels ciutadans estrangers en els mitjans de comunicació de proximitat és fonamental, ja que influeix en la percepció que els autòctons poden tenir d'aquests col·lectius.

La nostra hipòtesi de treball partia de la idea que els mitjans que tenen en la proximitat la seva característica fonamental tindrien més en compte el fet migratori i la diversitat cultural, almenys en l'àmbit informatiu, diferenciant-se així dels mitjans nacionals i estatals. És important assenyalar que les condicions de la implantació de la TDT i el mapa complex de la radiodifusió van fer aconsellable incloure en l'anàlisi, a més dels mitjans públics, els privats que també ofereixen programació de proximitat. Les taules 3 i 4 presenten les emissores de ràdio i de televisió de les cinc poblacions que conformen la mostra i que han estat analitzades en la recerca.⁸

Taula 3. Relació de ràdios locals amb emissió a les ciutats de la mostra

Municipi	Ràdio	Titularitat
Balaguer	Ràdio Balaguer	Pública
Salt	Ràdio Salt	Pública
Salou	-	-
Tortosa	Ràdio Tortosa	Pública
Vic	El 9 FM	Privada
	Ràdio Vic	Privada

Font: Elaboració pròpia.

Taula 4. Relació de televisions locals i comarcals amb emissió a les ciutats de la mostra

Municipi	Televisió	Titularitat
Balaguer	Lleida Televisió	Privada
Salt	Televisió de Girona Canal Català Girona-Pla	Privada Privada
Salou	TAC 12 Canal Català Tarragona 4TV Mediterrani	Pública Privada Privada
Tortosa	L'Ebre TV Canal TE Canal 21 Ebre	Privada Privada Privada
Vic	El 9TV Canal Català Osona Canal Taronja Osona	Privada Privada Privada

Font: Elaboració pròpia.

Inicialment també teníem la intenció d'estudiar els portals d'internet desenvolupats amb una lògica de comunicació de proximitat, però una prospecció sobre el terreny ens va fer desestimar aquesta opció comunicativa. Es va detectar que les propostes eren pràcticament inexistentes, i que els pocs portals que hi ha responen a una presència a la xarxa dels mitjans tradicionals (premsa, ràdio i televisió).

3.1 Les ràdios locals

A excepció de Salou, tots els municipis compten amb una emissora de ràdio local, encara que cal destacar la singularitat de Vic, que disposa de dues freqüències i, a més, de titularitat privada.

Pel que fa a l'oferta de continguts (vegeu la taula 5), s'observa que a Ràdio Vic i El 9 FM,⁹ la música en *continuum* –o sigui amb format de radiofórmula– ocupa més de tres quartes parts de la graella, mentre que el percentatge de producció pròpia –centrada en programes informatius i en la transmissió de l'àudio d'alguns programes televisius– se situa per sota del 20%. A la resta d'emissores, totes elles públiques, el nivell de producció pròpia és més alt, encara que també assoleixen índexs significatius els continguts musicals representats, en línies generals, pel format *adult contemporary*. L'excepció la trobem a Ràdio Salt, que, atès el seu interès per dotar la seva producció d'una patina d'interculturalitat, ha apostat per una radiofórmula intercultural, en tant que integra músiques dels països d'origen dels nous nadius. Ara bé, davant el rebuig d'un sector de la població autòctona, la direcció de Ràdio Salt s'està plantejant modificar aquest tipus de format.

Taula 5. Percentatge de continguts en relació amb el tipus de producció

	Producció pròpia	Música <i>continuum</i>	Sindicació continguts	Connexió COMRàdio
Ràdio Balaguer	18,0%	41,0%	--	41,0%
Ràdio Tortosa	31,3%	64,0%	4,7%	--
Ràdio Salt	39,0%	59,0%	--	2,0%
Ràdio Vic	17,0%	83,0%	--	--
El 9 FM	11,1%	88,9%	--	--

Font: Elaboració pròpia.

L'anàlisi de l'oferta ha constatat que les emissores públiques són les que presenten una mostra més variada de programes en què es visualitza el fet migratori i la presència de ciutadans immigrants, ja sigui perquè ells mateixos són els responsables de la producció o perquè el producte s'hi adreça específicament. Tot i això, l'impacte d'aquestes produccions sobre el conjunt de la programació és poc significatiu, si tenim en compte els alts índexs de població immigrada als municipis objecte de la mostra.

Respecte als mitjans, s'ha de ressaltar que l'estratègia de la transversalitat per a la representació radiofònica dels nous col·lectius tampoc no està integrada en l'ideari de cap de les emissores. Pel que fa a les privades, ni El 9 FM ni Ràdio Vic no produeixen cap programa que doni visibilitat a la comunitat estrangera de la població.

En termes generals, hem observat que les estratègies programàtiques que possibiliten la presència i el tractament de l'eix temàtic immigració són heterogènies i es regeixen per diferents paràmetres:

a. La inclusió a la graella de programes realitzats per associacions i entitats de ciutadans immigrants. Aquesta fórmula únicament és present a Ràdio Salt, justament l'emissora del municipi amb el percentatge més alt de població estrangera (44,39%). Aquesta temporada són tres els programes que aborden la interculturalitat. El primer, *Almohajir*, està realitzat per una associació marroquina que es dedica a ensenyar àrab als nens i que utilitza la ràdio com a eina pedagògica, animant els alumnes a formar part del programa. El segon, *Salt de sons*, conduït per un grup de noies d'origen marroquí que pertanyen a l'associació Magrebins sense Fronteres, presenta música i tracta temes d'actualitat sobre els joves. I, finalment, el tercer és *El món a Salt*, realitzat per l'associació Eina i premiat pel GREC –entitat especialitzada en la prevenció, la resolució i la gestió alternativa de conflictes–, que té com a objectiu principal millorar la llengua catalana entre els joves nouvinguts com a estratègia per a la integració.¹⁰ Tots tres programes tenen un component integrador important, ja que la ràdio esdevé un instrument que els

immigrants fan seu per apropar-se a l'audiència saltenca. En tots ells, el català és la llengua vehicular, encara que en paral·lel s'utilitzin altres llengües, com l'àrab o l'amazic.

- b. La diversitat cultural a partir de la promoció de les activitats que organitzen les associacions i les entitats. Aquesta és una estratègia present a totes les emissores, encara que en general han de ser els col·lectius i, en alguns casos, els ajuntaments, els responsables de fer arribar la informació a les emissores.
- c. La focalització sobre persones que destaquen socialment per la seva activitat professional o social. En aquest punt, destaquem Ràdio Tortosa, que compta amb magazins com *L'hora del vermut*, d'entrevistes en profunditat, en què la interculturalitat és un eix temàtic més, o *Bufandes grogues*, sobre cultura i música.

Altres expressions de l'aproximació de la ràdio local a l'audiència estrangera són els programes *Creu i lluna* i *Freqüència social*, a Ràdio Balaguer, enfocats a donar a conèixer les institucions i els serveis municipals i en què esporàdicament es conviden immigrants. De totes maneres, l'anàlisi revela que la categoria *solidaritat*, terme que l'emissora utilitza per definir totes dues propostes programàtiques, només assoleix el 2% de la producció pròpia.

La llengua esdevé en moltes ocasions un argument radiofònic. De fet, algunes de les propostes de Ràdio Salt van en aquesta direcció i, en aquest sentit, cal també ressaltar la presència a Ràdio Tortosa d'*Onescat*, un curs de català inicial per ràdio adreçat a persones que acaben d'arribar a Catalunya, elaborat pel Consorci per a la Normalització Lingüística i enregistrat i produït per COMRàdio.

A nivell de programes informatius, la visualització dels estrangers obeeix majoritàriament a esdeveniments conflictius i, minoritàriament, a fets festius relacionats amb activitats culturals i tradicionals dels pobles d'origen, o fins i tot exòtics, com el ramadà o l'any nou xinès.

En general, la sindicació de programes a través de les plataformes Sindicada, del Consorci de Comunicació Local, i la

Federació de Ràdios Locals de Catalunya (FRLC), permet a les emissores públiques i privades complementar la seva programació. Però és una estratègia de baix impacte a les emissores analitzades, tal com es mostra a la taula 5. Segons els seus responsables de continguts,¹¹ en l'àmbit de l'eix *immigració i cohesió social*, les emissores tendeixen a elaborar els seus propis productes, en considerar que la seva idiosincràsia no és exportable a d'altres realitats municipals.¹² Per tant, és lògic que sigui un curs de català, *Onescat*, l'únic programa detectat en el marc d'aquestes plataformes.

3.2 Les televisions de proximitat

El model d'implantació de la TDT ha dividit el territori en zones que van més enllà del mateix municipi i la comarca. Aquesta circumstància ha afectat la programació, ja que la definició de proximitat està en relació amb els municipis que abasteix, però també amb la consideració de "servei públic" que mereixen aquests canals (Guimerà 2010).

La titularitat de les televisions objecte d'estudi té un predomini privat clar, ja que només n'hi ha una de pública. Ara bé, en el seu ideari, totes hi inclouen la visualització del teixit associatiu de les respectives ciutats i comarques com un principi fonamental que aprofundeix en la cohesió social i territorial. En canvi, l'anàlisi de l'oferta programàtica mostra la manca d'estratègies que potenciïn la presència de les associacions i de les entitats d'immigrants com una eina que reflecteixi la nova realitat social a escala municipal i comarcal. Des de la perspectiva dels canals televisius, s'han apuntat raons de caràcter econòmic, però també la creença que és innecessari un tracte particular a la temàtica immigració i cohesió social ateses les circumstàncies de tranquil·litat que envolten la vida quotidiana de la població. Aquesta absència es trenca en funció de l'actualitat informativa.

Majoritàriament, el percentatge de producció pròpia setmanal de les sis televisions analitzades supera el 50% del total de l'oferta, amb l'excepció de TV Girona, que no arriba al 44% (vegeu el gràfic 1). Cal puntualitzar que totes apliquen l'estratègia de la redifusió de programes que, en alguns casos, ultrapassa la freqüència de tres vegades al dia. Amb tot, tres de les emissores analitzades no assoleixen les 24 hores d'emissió diària.

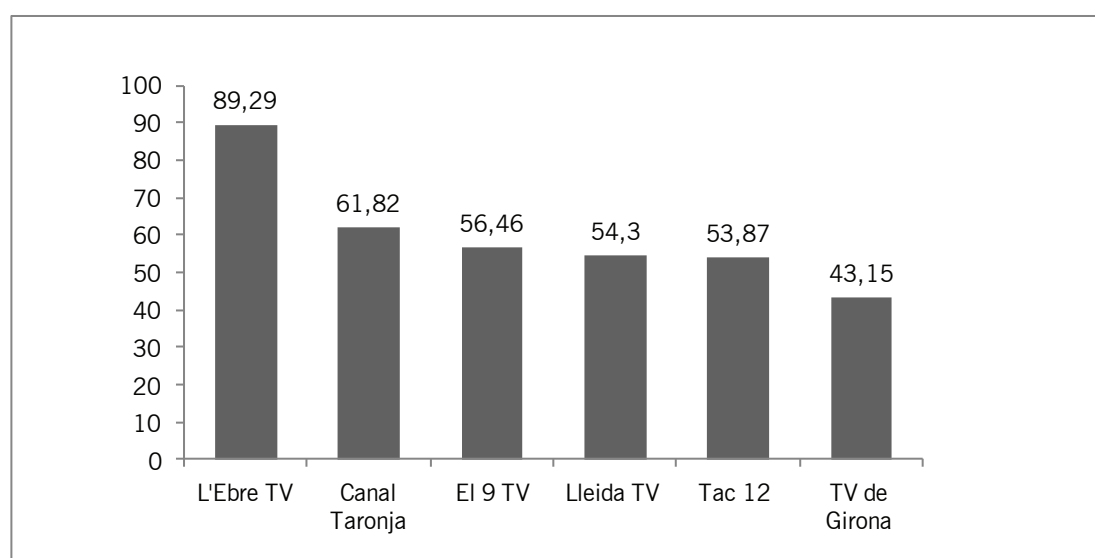
Pel que fa a la producció pròpia de programes que giren entorn de l'eix temàtic "immigració i cohesió social", en l'ideari d'aquestes televisions no es preveu explícitament una aposta per la interculturalitat.

En general, tots els canals es regeixen pels principis de llibertat i de respecte, i no-discriminació, encara que alguns van més enllà i apliquen el codi deontològic del Col·legi de Periodistes.¹³ Aquesta temporada només Lleida Televisió presenta un programa específic de periodicitat quinzenal que aborda la immigració i la cohesió social titulat *Mirades*. En canvi, sí que hi ha programes en què la cohesió social es treballa transversalment amb tota mena d'entitats, d'activitats i de ciutadans, com ara *IdEntitats*, de TAC 12; *Cafeïna*, de Lleida TV, i *La Terrassa*, d'El 9TV.

La presència en els informatius dels ciutadans nouvinguts i de les seves cultures és diversa i variable, i està en funció de la zona de cobertura de cadascuna de les televisions, del nombre de ciutadans estrangers, de la seva capacitat associativa, de la seva capacitat per generar activitats i, evidentment, del grau de fets polèmics i/o delictius en què es puguin veure involucrats. En aquesta última circumstància, la participació dels ciutadans immigrants està subjecta als mateixos condicionants que la dels ciutadans autòctons, ja que el que prima és l'interès informatiu de l'esdeveniment.

Pel que fa a la producció externa que complementa la programació, aquests canals televisius es nodreixen majoritàriament de la Xarxa Audiovisual Local (XAL), i també –segons les emis-

Gràfic 1. Nivells de producció pròpia per televisió sobre les hores d'emissió, inclosa la redifusió



Font: Elaboració pròpia.

sores— de plataformes com Comunicàlia, Televisions Digitals Independents de Proximitat (TDI), TVlocal.cat i de productores locals.¹⁴ En aquest àmbit destaca *Civilis*, un programa contenidor de la XAL en el qual s'emet la minisèrie documental *El món a les mans*, Premi per a la Diversitat en l'Audiovisual en la categoria de televisió, concedit per la Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual (MDA) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

De totes les plataformes, la XAL és la que dóna més visibilitat als estrangers com uns ciutadans més. Però, en ocasions, les seves propostes han patit el rebuig social, cosa que ha obligat a suspendre'n l'emissió davant les queixes diverses de sectors de població autòctona.¹⁵

L'anàlisi de la programació de les televisions de proximitat que formen part de la mostra conclou que tampoc no es tenen en compte els ciutadans nousvinguts com a possibles espectadors. Sovint es parteix de la premissa que el desconeixement de la llengua catalana en dificultarà la participació en programes i, en conseqüència, que puguin esdevenir-ne audiència potencial.

El fet migratori des d'una perspectiva intercultural, no s'aborda, doncs, amb voluntat de continuïtat o de planificació. La presència d'aquests programes és puntual i fluctuant i, en ocasions, també depèn de les iniciatives dels ajuntaments, de les diputacions i de les associacions mateixes d'immigrants.

Abans de tancar els apartats dedicats als mitjans de comunicació, volem assenyalar la manca de professionals immigrants a les plantilles de les emissores de ràdio i de televisió analitzades. La seva incorporació reflectiria la realitat multicultural i enfortiria el reconeixement social dels nousvinguts entre la població autòctona.

4. Els actors socials i els mitjans locals de comunicació audiovisual

Però com es valora aquesta oferta programàtica des dels col·lectius de nousvinguts? Se senten representats? Com són les relacions amb els operadors locals? Per mirar de trobar-hi respostes, es van realitzar entrevistes en profunditat amb diversos responsables d'entitats de les poblacions objecte d'estudi. Es va contactar amb quatre associacions llatinoamericanes, dues de marroquines, dues de subsaharianes i una de romanesa.¹⁶

Pel que fa a la televisió, els testimonis mostren un consum generalitzat de les cadenes nacionals i estatals, i un consum més limitat pel que fa a les emissores d'àmbit local, ja que només en quatre de les nou associacions entrevistades afirmen seguir regularment la programació i/o els informatius locals. En els col·lectius africans (tant en el cas del Marroc com de la zona del sud del Sàhara), els hàbits de consum inclouen també emissores de televisió dels països d'origen, que se sintonitzen a través del satèl·lit.

La ràdio en general desperta poc interès, i la seva funció es limita a "acompanyar" altres activitats, com ara conduir i treballar. En l'àmbit local, en alguns casos fins i tot se'n desconeix l'existència.

Segons alguns entrevistats, aquests hàbits només es modifi-

quen quan hi ha conflictes en el si de la comunitat (ja que s'espera que el mitjà local pugui aportar informació més propera i detallada), i també quan la programació està elaborada pels nousvinguts mateixos.¹⁷ En vista d'aquests resultats, sembla raonable deduir-ne que la manca d'interès dels nousvinguts pels mitjans de proximitat es deu, simplement, al fet que no s'hi senten representats. Aquesta idea enllaça amb la crítica de les persones entrevistades al conjunt dels mitjans de comunicació, ja que consideren que quan aquests tracten sobre la immigració i els immigrants, no sempre contribueixen a afavorir-ne la convivència i la integració. Hi ha diverses raons que s'apunten per justificar aquesta desaprovació:

- Classisme dels mitjans de comunicació que emfatitzen l'origen immigrant d'algunes persones i l'ignoren en d'altres, com per exemple en el cas de les grans estrelles del futbol.
- Èmfasi en els aspectes negatius o problemàtics del fet migratori i/o de les persones immigrades.
- Manteniment dels tòpics i dels estereotips que porten a ignorar la trajectòria i els valors personals dels nousvinguts.
- Poca professionalitat d'alguns mitjans, que confonen països i cultures.
- Potenciació dels estereotips i dels elements exòtics d'alguns territoris —sobretot africans— que acaben projectant una imatge distorsionada de la realitat d'aquests països i dels seus habitants.

4.1 La representació de la diversitat

Els entrevistats coincideixen que no sempre la realitat del carrer —la diversitat— està representada als mitjans. Per donar visibilitat mediàtica al col·lectiu i a la pròpia associació, les entitats miren d'establir relacions estables amb emissores i diaris. En alguns casos, es mostren satisfetes amb els resultats, però en d'altres es lamenten de la manca d'interès dels mitjans, més disposats a mostrar els conflictes que les activitats que es duen a terme dintre de la normalitat.

Per mirar de trencar aquesta dinàmica, diverses associacions s'estan plantejant la necessitat de dissenyar un bon equip de difusió que treballi amb criteris professionals. En paral·lel, però, s'ha detectat que algunes entitats que feia poc temps que estaven en funcionament desconeixien els circuits per divulgar les seves activitats. En aquest sentit, el paper dels ajuntaments és clau per posar en contacte les associacions i els mitjans locals.

Una altra opció per accedir als mitjans passa per la realització de programes propis. Com ja hem explicat, amb l'excepció de Ràdio Salt no hi ha espais elaborats per les associacions, tot i que aquesta opció és desitjada per la meitat dels col·lectius entrevistats.¹⁸ Algunes entitats fins i tot ja han començat a pensar projectes i establir contactes. Per exemple, les associacions marroquina i nigeriana apunten a fer un programa bilingüe que combini el català amb l'àrab/amazic o amb l'anglès, respectivament. Des de les associacions marroquines¹⁹ es valora molt l'ús de les dues llengües, perquè hi ha una part important del col·lectiu que no parla ni entén el català, i aquesta sembla una bona manera d'integrar-los sense excloure l'audiència autòctona.

Quan es demana a les persones entrevistades una reflexió sobre la programació de ràdio i de televisió, alguns representants de les associacions manifesten que troben a faltar un informatiu setmanal d'àmbit local elaborat en diverses llengües. També es reclama més presència del col·lectiu d'estrangers en el conjunt de la programació (per exemple en la ficció) i es valora positivament la possibilitat de col·laborar de forma estable en programes de debat, taules rodones, magazins, etc. Però els testimonis opinen que les emissores només estan disposades a convidar-los a alguna participació esporàdica per resultar políticament correctes, però sense assumir més compromisos.

A més de l'accés als mitjans, l'altre element considerat imprescindible per visualitzar la diversitat cultural és l'existència de referents que puguin desencadenar processos d'identificació. En paraules de Mohamed Chriyaa, president de Magrebins sense Fronteres (Salt), "aquests col·lectius el que necessiten són referents [...], [han de veure] que als mitjans hi ha figures [...] i els mitjans locals poden aportar aquella cosa positiva, el que estan fent les associacions, el que fan els col·lectius a escala individual".

5. Conclusions

- Segons es desprèn de les dades obtingudes, els mitjans de comunicació local no sempre es comporten com un espai d'informació i de comunicació per a tota la diversitat humana i cultural que integra la comunitat. Així, les emissores estudiades no inclouen en els seus idearis la nova realitat social dels nousvinguts ni la diversitat cultural. Tampoc no existeix un principi de discriminació positiva pel que fa a la presència i el tractament del fet migratori.
- Aquesta falta d'estratègies suposa que hi hagi poques produccions radiotelevisives especialitzades en els processos de migració i la cohesió social. De fet, a la televisió, aquests continguts els subministra alguna plataforma de distribució o són fruit de la iniciativa d'algun periodista o realitzador sensible a la temàtica. En el cas de la ràdio, alguns programes són realitzats per associacions d'immigrants i per entitats interessades en aquesta realitat. Incidint en aquest aspecte, resulta significatiu que aquesta manca de línies de treball per enfortir la interculturalitat sovint es justifiqui argumentant l'absència de conflictes al municipi, confonent la manca de conflictes amb l'existència de cohesió social.
- Els mitjans reconeixen una tendència a limitar la cobertura informativa sobre ciutadans nousvinguts als esdeveniments qualificats de conflictius. Sens dubte, aquesta actuació tensa l'entorn social i reforça en la població autòctona un imaginari negatiu, que no és suficientment contrarestat amb la visualització dels esdeveniments de caràcter festiu organitzats per les associacions. Els responsables dels mitjans també indiquen que, quan busquen fonts d'informació, no acostumen a recórrer als immigrants ni a les seves associacions, i que aquesta rutina productiva no es trenca encara que els fets els afectin directament com a ciutadans i ciutadanes del municipi.
- Els mitjans estudiats no compten encara amb professionals immigrants a les seves plantilles, un fet que pot comportar que les escasses produccions elaborades per estrangers resultin poc competitives entre els autòctons i, en paral·lel, que quedin excloses altres mirades a l'hora d'abordar la producció radiotelevisiva.
- De les entrevistes amb els responsables de les associacions, se'n desprèn que tot i compartir un mateix territori, els nousvinguts no es reconeixen en els mitjans audiovisuals locals i, consegüentment, es desinteressen per la seva oferta i deixen de ser-ne audiència potencial. S'indica també que aquesta manca de referents en els continguts radiofònics i televisius debilita els sentiments de pertinença i d'identificació amb la societat d'acollida.
- Les entitats reclamen als mitjans de comunicació de proximitat una visualització transversal en tots els àmbits com a senyal de normalitat ciutadana. Argumenten que la representació els proporcionarà referents que facilitaran la creació de vincles emocionals amb el territori, com també que millorarà la percepció que els ciutadans autòctons tenen dels nousvinguts, cosa que aprofundirà, paulatinament, en la cohesió social i la convivència.
- En general, el desconeixement de la llengua no apareix com un obstacle determinant per al consum de la programació radiotelevisiva per part d'aquests col·lectius. Quan es tracta d'elaborar els seus propis programes, però, algunes associacions proposen que es produeixin programes parlats en dues llengües, la catalana i la seva pròpia. Entenen que aquest bilingüisme és una fórmula integradora que no exclou l'audiència autòctona.

La qüestió és, doncs, conjugar els interessos dels mitjans i les expectatives de l'audiència autòctona i no autòctona, una tasca complexa quan una part de la població, l'estrangera, no se sent representada ni es reconeix en els continguts que la ràdio i la televisió de proximitat ofereixen. Ara bé, aquests mitjans continuen tenint la responsabilitat d'aprofundir en la cohesió social per millorar la convivència, i això implica atendre el conjunt de la població que, com a conseqüència del flux migratori internacional, s'ha convertit en multicultural. Incloure el context global del fet migratori ajuda a entendre aquesta realitat sense distorsionar-la, i serveix, així mateix, per combatre els estigmes i els estereotips que encara existeixen respecte dels immigrants.

Notes

1. Aquest article és fruit de la recerca finançada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya *Els mitjans de comunicació local en el procés d'integració de la població estrangera resident a Catalunya. Estratègies i polítiques programàtiques*, en el marc de la VII Convocatòria d'ajuts a projectes de recerca en comunicació audiovisual.
2. <<http://www.idescat.cat/poblacioestrangera/>>
3. Segons aquest informe, els col·lectius que provenen de l'Amèrica Llatina representen el 28% del total de la població estrangera, la Unió Europea i l'Àfrica n'assoleixen, respectivament, el 26%, mentre que el 10% correspon a l'Àsia i Oceania. Els de menor impacte procedeixen de l'Europa no comunitària i l'Amèrica del Nord i Central, que n'obtenen el 5%, respectivament.
4. Al llarg del text, s'utilitzaran indistintament termes com *nouvinguts*, *immigrants* i *estrangers* amb referència a aquests col·lectius.
5. Els mitjans ètnics han obert un debat entorn al seu paper com a instruments per a la integració, en part provocat per les sinergies comercials que generen (Retis 2006). Si bé compleixen una funció identitària i col·laboren en el manteniment dels vincles emocionals amb el país d'origen (Lario Bastida 2006; Mena 2008), semblen retardar el consum dels mitjans de comunicació propis de la societat d'acollida. Segons Huertas i Brignol (2008), a partir dels deu anys de trajectòria migratòria, minva l'interès informatiu sobre el país natal i el consum mediàtic es concentra majoritàriament en l'oferta d'on es resideix.
6. Aquesta xifra és prou significativa en el cas de Salou, que presenta una diferència de 28,55 punts percentuals, i de Salt, amb 18,12 punts, cosa que implica una àmplia diversitat de col·lectius. Ara bé, tot i que la distància percentual a Vic (11 punts), Tortosa (9,27) i Balaguer (6,56) és menor, la situació és similar.
7. L'Associació Musulmana de la Noguera (Balaguer) va decidir no participar-hi, tot i que s'hi havia concertat una entrevista.
8. Es van entrevistar responsables de les emissores següents: Ràdio Salt, Ràdio Balaguer, Ràdio Tortosa, El 9 FM, L'Ebre TV, TAC 12, TV de Girona, Lleida TV, El 9 TV i Canal Taronja Osona. Les entrevistes van tenir lloc entre el desembre de 2010 i l'abril de 2011.
9. El 9 FM inicia les emissions el 2010, amb la voluntat de convertir-se en una emissora comarcal.
10. Aquest programa desapareixerà de la graella per la falta de subvencions que n'han fet possible la producció.
11. Tots dos gestors de continguts van ser entrevistats entre el febrer i el març del 2011.
12. Per aprofundir sobre la producció de programes radiofònics des de col·lectius d'immigrants, consulteu l'article de Núria de José "Les emissores municipals, pioneres en integració", a *Xarxa COM*, núm. 14, 2011, p. 23-24.
13. D'entre els articles del Codi deontològic en destaca el 12: "Actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas d'informacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de sexe, raça, creences, extracció social i cultural i malaltia, així com incitar a l'ús de la violència, evitant expressions o testimonis vexatoris o lesius per a la condició personal dels individus i la seva integritat física i moral."
14. La contribució de les diferents plataformes a la programació de cada emissora varia en cada cas. Així, hi ha emissores que només treballen amb programes de la XAL (TAC 12 o El 9 TV) i d'altres que incorporen programes de quatre fonts diferents (Lleida TV). Els gestors de continguts de la XAL i de Comunicàlia van ser entrevistats entre el març i l'abril del 2011.
15. Aquesta situació es va donar a TV de Girona.
16. Les associacions que han participat en la recerca són: Associació Africana (Balaguer), Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu (Tortosa), Associació AMIC Amazigh (Vic), Associació d'Equatorians de Catalunya Comarca d'Osona (AECCO) (Vic), Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa (Tortosa), Casal Argentino Salou de 20 de Junio (Salou), Casal Hispano Argentino de Catalunya (Salou), Dones Nigerianes Progressistes de Girona (Salt), Magrebins sense Fronteres (Salt). Les entrevistes van tenir lloc durant els mesos de març i d'abril de 2011.
17. Seria el cas dels programes elaborats a Ràdio Salt per les diverses associacions.
18. Concretament, es tracta de l'Associació AMIC-Amazigh (Vic), l'Associació Aliança de Romanesos de Tot Arreu (Tortosa), Dones Nigerianes Progressistes de Girona (Salt) i Asociación Cultural Latinoamericana de Tortosa (Tortosa).
19. El programa realitzat a Ràdio Salt per l'associació Magrebins sense Fronteres combina el català, l'àrab i l'amazic.

Referències

- BARKER, C. *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós, 2003. ISBN: 978-84-493-1396-7
- BESALÚ, R.; GUERRERO-SOLÉ, F. "Sindicació IP: sindicació i nou model de distribució de continguts a les xarxes de TV locals". *Quaderns del CAC*, núm. 35, vol. XIII (2)- desembre, (2010), p. 45-51. ISSN: 1138-9761
- BIANCHI, G.; BONIN, G.; SILVEIRA, F. "La construcción de la identidad y los movimientos transnacionales". A: COGO, D.; GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. (coord.). *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Ed. Catarata, 2008, p. 43-64. ISBN: 978-84-8319-371-6
- CHAPARRO, M. *Radio pública local*. Sevilla: Fragua Editorial, 1998. ISBN: 84-7074-105-5

- DELGADO, M. *Sociedades movilizadas*. Barcelona: Anagrama, 2007. ISBN: 978-84-339-6251-5
- DE JOSÉ, N. "Les emissores municipals, pioneres en integració". *Xarxa COM*, núm. 14, 2011, p. 23-24.
- GÓMEZ, L.; CAPDEVILA, A.; PINTOR, I. "Estratègies de programació i llocs possibles per a la construcció de la imatge pública de la immigració". *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, setembre-abril, 2006, p. 127-139. ISSN: 1138-976
- GONZÁLEZ ALDEA, P. "Espacios de participación radiofónica e inmigración. El caso rumano". *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 2010, p. 45-60. [En línia]. <http://www.revistalatinacs.org/10/art/882_UC3M/04_PG_Aldea.html>
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-882-045-060
- GUARDIOLA, I. "Invitacions a la reconciliació: la immigració a través de programes divulgatius de proximitat". *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, setembre-abril, 2006, p. 141-149.
- GUIMERÀ, J. À. "Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya". *Quaderns del CAC*, núm. 35, vol. XIII (2)- desembre 2010 p.13-21. ISSN: 1138-976
- GUTIÉRREZ, M. "La immigració com a contingut temàtic a la ràdio". A: MARTÍ, J. M.; MONCLÚS, B. *Informe 2009 sobre la ràdio a Catalunya*. Barcelona: Observatori de la Ràdio a Catalunya, UAB, 2010, p. 155-159. ISBN: 978-84-490-2644-7
- GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. "La programació de la ràdio local a Catalunya 2003". *Quaderns del CAC, Informe de l'Audiovisual de Catalunya*, núm. extraordinari, setembre de 2004, p. 189-200. ISSN: 1138-9761
- HUERTAS, A., "Gaudir de la música, l'ús més freqüent de la ràdio entre els estrangers". A: MARTÍ, J. M.; MONCLÚS, B. *Informe 2009 sobre la ràdio a Catalunya*. Barcelona: Observatori de la Ràdio a Catalunya, UAB, 2010, p. 160-164. ISBN: 978-84-490-2644-7
- HUERTAS, A.; BRIGNOL, L. D. "Consumo y uso de los medios de comunicación por parte de los migrantes". A: COGO, D.; GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. (coord.). *Migraciones transnacionales y medios de comunicación. Relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Ed. Catarata, 2008, p. 83-106. ISBN: 978-84-8319-371-6
- LACALLE, C. *El discurso televisivo sobre la inmigración*. Barcelona: Omega, 2008. ISBN: 978-84-282-1505
- LARIO BASTIDA, M. (coord.) *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Editorial Convivir sin Racismo, 2006.
- MARTÍN BARBERO, J. "La televisión: una cuestión de espacios entre proximidades y distancias". *Quaderns del CAC*, núm. 35, vol. XIII (2), desembre de 2010, p. 5-11. ISSN: 1138-9761
- MAURI, L.; LAFFI, S.; SALAMON, E.; BRUSATI, E.; COLOGNA, D. "Così vicini, così lontani. Per una comunicazione multiculturale". *VQPT*, núm. 166, 1999.
- MENA, N. "Uso y consumo de los medios de inmigrantes". A: GÓMEZ-ESCALONILLA, G. (Coord.). *Voces de la inmigración. Medios latinos en Madrid*. Madrid: Editorial Universitas, SA, 2008, p. 135-154. ISBN: 978-84-7991-225-3
- MORELL BLANCH, A. "El papel de las asociaciones de inmigrantes en la sociedad de acogida: cuestiones teóricas y evidencia empírica". *Migraciones*, núm. 17., 2005, p. 111-142.
- ORTIZ GUITART, A. "Uso de los espacios públicos y construcción del sentido de pertenencia de sus habitantes en Barcelona". A: LINDON, A.; HIERNAUX, D.; AGUILAR, M. A. (coord.). *Lugares e imaginarios en la metrópolis*. Barcelona: Anthropos Editorial, 2006, p. 67-83. ISBN: 978-84-7658-777-5
- PUJADAS, E.; OLIVA, M. "L'avaluació de la diversitat de la programació televisiva". *Quaderns del CAC*, núm. 20, 2007, p. 87-98. ISSN: 1138-9761
- QUADERNS DEL CAC. "Mitjans de comunicació i immigració". *Quaderns del CAC*, núm. 12, gener-abril 2002. ISSN: 1138-9761
- QUADERNS DEL CAC. "Televisió i immigració". *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, setembre-abril 2006. ISSN: 1138-9761.
- RETIS, J. *Espacios mediáticos de la inmigración en Madrid: génesis y evolución*. Madrid: Observatorio de las Migraciones y Convivencia Intercultural de la Ciudad de Madrid. Colección Monografías núm. 4, 2006.
- RODRIGO, M. "El periodismo ante el reto de la inmigración". A: LARIO BASTIDA, M. (coord). *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Gallefrag, SL, 2006, p. 37-57.
- SABÉS, F. *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida: Editorial Milenio, 2002. ISBN: 84-9743-033-6
- SINTES, E. "Pràctiques culturals i de lleure de la població immigrada". A: *Les condicions de vida de la població immigrada a Catalunya*. Barcelona: Fundació Bofill/Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, 2008, p. 137-162. ISBN: 978-84-8334-899-4
- SORIANO, J. "Anàlisi comparada d'audiències i consums culturals dels estrangers a Catalunya". *Quaderns del CAC*, núm. 34, vol. XIII (1), 2010, p. 79-92. ISSN: 1138-9761

VAN DIJK, T. A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós, 1997. ISBN: 978-84-493-0367-8

WINOCUR, R. *Ciudadanos mediáticos*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002. ISBN: 84-7432-930-2

Webs de referència

<www.el9nou.cat>
<www20.gencat.cat>
<www.ccosona.net>
<www.impeempresa.vic.cat/anuari/>
<www.vic.cat>
<www.vicentitats.cat>
<www.osonacomarca.com>
<www.canalcatala.com>
<www.taronjadigital-osona.cat>
<www.taronjadigital.cat/>
<www.xiptv.cat>
<www.elter.net>
<www.viladesalt.cat/>
<www.totsalt.cat>
<www.tvgirona.tv/inici.php>
<www.revistadebanyoles.com/tele/>
<www.radiobalaguer.cat/portal/>
<www.segre.com/litv_inici.html>
<www.idescat.cat/poblacioestrangera/>
<www.tac12.cat>
<www.ona-latorre.cat/>
<www.canalcatalatarragona.tv>
<www.teletaxitv.com/>
<www.fmtarragona.info/>
<www.salouentitats.cat/>
<www.radiotortosa.cat>
<www.imaginaradio.cat/>
<www.ebredigital.cat>
<www.imaginaradio.com>
<www.lebretv.xiptv.cat/>
<www.cpnl.cat/onescat/>
<www.segre.com/litv_graella.html>
<www.xtvl.tv>
<www.antenacaro.cat/accessible/>
<www.comunicalia.cat/>
<www.radiolocal.cat/>