

Què passa al meu país? (Mitjans i immigració, 2a part: l'audiovisual)

Un subsector encara embrionari



El número anterior de COMUNICACIÓ21 analitzava la premsa escrita realitzada per immigrants que viuen al país. L'estudi es completa amb el present reportatge, centrat en l'àmbit audiovisual. De la mateixa manera que en paper hi ha una nodrida representació de mitjans elaborats pels propis immigrants residents a Catalunya, no passa el mateix amb la ràdio i la televisió, en què generalment el col·lectiu no és actor sinó només matèria informativa. L'excepció més notable és l'emissora de música llatina Ràdio Gladys Palmera, fruit del projecte personal de la milionària Alejandra Fierre. Hi ha altres projectes més petits, però la resta de l'audiovisual es limita a explicar, encara en tercera persona, la immigració com a fenomen.

UNA RÀDIO LLATINOAMERICANA AMB ESPERIT EUROPEU

Ràdio Gladys Palmera (96.6 FM) és l'única emissora destinada íntegrament a una comunitat immigrant, concretament la llatinoamericana. Mitjançant la música com a element aglutinador, compleix una funció d'integració social amb una línia editorial clara-

ment marcada: "Està bé que els immigrants no trenquin amb les seves arrels, però s'han d'adaptar. No volem fer guetos, sinó unir i sumar", afirma el director gerent del projecte, Francisco Valentín Martín. RGP comparteix freqüència amb Ràdio Pica i emet de les 12 de la nit a les 2 de la tarda, menys els diumenges, quan es pot escoltar durant tot el dia.

Tot i la volada que ha pres el projecte, la situació

Per:
Cristina Espunya

legal de l'emissora és encara incerta, ja que no disposa d'una llicència que li permeti operar oficialment. Tampoc pot fer res per regularitzar-se, més enllà d'esperar a l'espera que s'adjudiquin noves llicències, quelcom que les emissores culturals i d'entitats (aquestes que no són ni municipals ni comercials) reclamen des de fa temps.

Des de la Generalitat hi ha una certa permissivitat amb aquest tipus de ràdio, teòricament sense afany de lucre. En tot cas, l'Estat té com a gran assignatura pendent determinar quantes emissores d'aquest tipus hi pot haver, de manera que la Generalitat pugui convocar els preceptius concursos i reordenar d'una vegada per totes el complicat espai radioelèctric de la FM catalana.

Mentrestant, però, Ràdio Gladys Palmera va fent via, i ja ha complert sis anys. El projecte va néixer el 1999 de la mà d'Alejandra Fierre, filla d'una família que va fer fortuna als països del sud del continent americà. Amant de la música llatina, va decidir projectar la seva gran col·lecció de discs més enllà de les parets de casa seva, fet que la va portar a fundar l'emissora. Segons explica Francisco Valentín, "Alejandra vol ajudar aquesta comunitat que li ha donat tant", gràcies a la qual ha assolit la seva actual situació econòmica. Així, un projecte que va començar com un fons discogràfic, s'ha anat convertint en més que un referent musical per als llatinoamericans, que han trobat en l'emissora un suport moral i d'assessorament.

RGP utilitza la música llatina com la seva principal eina per traspassar fronteres, aglutinar comunitats i, alhora, mantenir els referents culturals: "Els llatinoamericans i, cada vegada més els catalans, escolten aquesta música". Demostra aquesta afirmació el seu rànquing d'audiència (entre 80.000 i 100.000 oients diaris segons un estudi encarregat per la pròpia emissora). Els equatorians són en primer lloc, seguits dels colombians. I els catalans van en tercera posició.

D'altres aspectes claus per promoure la integració són la informació i l'interès per al país d'acollida. Seguint aquesta línia, l'emissora programa, entre altres coses, un concurs de preguntes sobre Catalunya destinat als nous vinguts que hagin estat menys de cinc anys vivint al país. En canvi, *Comunidad latina* és un espai d'informació i serveis que té per objectiu facilitar l'acomodació a la nova realitat.

El mestissatge musical i d'idees acaba de configurar la línia ideològica de l'emissora. Així mateix, la ràdio promou la barreja cultural mitjançant activitats obertes a tothom que hi vulgui participar, com poden ser concerts o excursions a diferents localitats del país. De fet, la idea de fusió ja era present en el moment de concebre el projecte: "És una ràdio llatina amb mentalitat europea". Això es materialitza en la plantilla, configurada per 12 empleats assalariats catalans i de fora que s'emmirallen en els models radiofònics europeus, "més professionals i desenvolupats tecnològicament, ja que actualment a Llatinoamèrica es fa la ràdio dels anys 80 a Espanya".

Si molts dels programes de ràdios municipals (tal i com es detalla a continuació) rau en una associació que obté gratuïtament un espai radiofònic, RGP s'orienta en sentit contrari. Va sorgir com una iniciativa particular d'Alejandra Fierre, que va sustentar la totalitat del finançament de l'emissora. Tot i que actualment aconsegueix alguns beneficis gràcies a la publicitat, aquests encara no són suficients per cobrir totes les despeses. Segons el director, "gràcies a Alejandra ens podem permetre

Segons el director de Ràdio Gladys Palmera, Francisco Valentín Martín: «Està bé que els immigrants no trenquin amb les seves arrels, però s'han d'adaptar. No volem fer guetos, sinó unir i sumar».

triar quin tipus d'anuncis i programació volem a la nostra ràdio, fet que n'augmenta la qualitat".

Un altre punt divergent de la corrent actual és que l'emissora crearà properament una Fundació, el nom de la qual encara està per determinar. L'objectiu del nou projecte és canalitzar les ajudes econòmiques de Fierre cap al col·lectiu llatinoamericà i plantejar una organització sòlida que els doni suport, més enllà de funcions socials de RGP.

LES ASSOCIACIONS S'ADRECEN A LA RÀDIO LOCAL

La ràdio de proximitat és la que registra una major presència de programes sobre immigració. La majoria estan realitzats per ciutadans d'origen llatinoamericà, ja sigui a nivell individual o col·lectiu, que

Els locutors de Ràdio Gladys Palmera són tant d'origen català com llatinoamericà.



troben en les emissores municipals dels ajuntaments un canal de comunicació amb els seus compatriotes i una manera de donar-se a conèixer a la societat que els rep. Així mateix, tracten temes relacionats amb el seu col·lectiu, al qual majoritàriament es dirigeixen.

Molts d'aquests espais són promoguts per associacions llatinoamericanes que utilitzen les ones per fer sentir la seva veu a la població autòctona.

Els immigrants llatinoamericans troben en les emissores municipals dels ajuntaments un canal de comunicació amb els seus compatriotes i una manera de donar-se a conèixer a la societat que els rep.

N'és un clar exemple *La voz de los botijas* a Ràdio Rubí (99.7 FM), programa engegat per l'Associació Cultural Uruguaiana-Catalana del municipi, que informa de les activitats de l'entitat, assessora el nouvingut i difon la cultura d'origen. S'emet un cop al mes dins d'un espai setmanal anomenat *Som solidaris*, que cedeix els micròfons a quatre entitats de la població com el Casal de Amistad con Cuba – Caña cubana.

A diferència de *La voz de los botijas*, que se centra en el col·lectiu uruguaià, *Nous ciutadans* a Ràdio Gràcia (107.7 FM) fa referència a tot Llatinoamèrica. La proposta neix de la Federació de Entidades Latinoamericanas de Catalunya amb l'objectiu de crear ponts de diàleg amb els ciutadans catalans. Seguint amb aquesta tesi, part de la locució és en català, es promou la participació dels oients i s'hi inclou informació específica del districte.

S'estén també als immigrants del sud del continent americà l'espai *Entre mate y mate, charlamos* a la Ràdio Municipal de Cerdanyola del Vallès (105.3

FM), promogut per l'associació El mate, i amb presentadors uruguaians. Cada programa versa al voltant d'un tema que relaciona la comunitat forana amb la qual l'acull (tancament d'immigrants, Latin kings...) mitjançant una tertúlia, entrevistes i notícies. El projecte, amb un any de rodatge, restarà aturat fins al setembre per reformes a l'emissora.

De totes maneres, no totes les iniciatives radiofòniques per a la immigració tenen una associació al darrere. Ràdio Ciutat de Badalona (94.4 FM) conté dos programes sorgits de manera esporàdica. Els argentins Fernando Blasco i Sonia Pereira van engegar fa deu anys el magazín *El tren*, "quan encara no havia arribat el boom de la immigració". La idea inicial era apropar als nouvinguts les notícies del seu país d'origen, ja que no hi havia accés a internet. Actualment, però, hi han afegit un nou objectiu: que la gent de Badalona entengui i conegui la cultura llatinoamericana "perquè el prejudici racial és només por i ignorància". *El tren* inclou una secció de tango, la biografia d'un artista i un espai on els directores de la premsa llatinoamericana comenten diversos temes d'actualitat. En aquesta mateixa emissora, en canvi, el programa *Picadillo* té una estructura i objectius bastant diferents. Enrique Romero duu set anys "donant a conèixer els millors valors de la música llatina" i compta amb el suport de corresponsals que l'informen de festivals a Berlín, París, Puerto Rico i Nova York. El director i presentador veu "la música llatina com una de les més importants del món, que no necessita cap tipus d'integració a causa de la seva rellevància".

POCA PRESENCIA IMMIGRANT A LA RÀDIO GENERALISTA

A diferència de la ràdio de proximitat, a les emissores generalistes la presència dels programes que versen sobre la immigració ha arribat tard i és pràcticament nul·la. No ha estat fins al passat 31 de gener que Catalunya Cultura s'ha convertit en l'emissora (pública) capdavantera en oferir un programa destinat íntegrament a cobrir aquest buit. *Mosaic* és un espai informatiu intercultural diari de 15 minuts amb notícies difícils de trobar als mitjans tradicionals. Està presentat en castellà (dilluns i dimarts), àrab (dimecres i dijous) i amazic (divendres), les tres llengües més utilitzades pels immigrants a Catalunya, als quals es dirigeix l'espai. Segons el seu director, Jaume Peral, "*Mosaic* també intenta que les comunitats s'adaptin a l'idioma d'aquí", per tal d'ajudar-los a integrar-se. Per aquest motiu, tot i que es fa servir la seva llengua materna en un 90%, el 10% restant és el català (percentatge que es pretén augmentar progressivament). N'és un exemple la secció *Per entendre'ns*, que ensenya el català als nouvinguts i simula un diccionari sobre les paraules més idònies per fer servir en situacions quotidianes. Els altres apartats del programa són una entrevista de dos minuts a gent anònima que explica la seva experiència de viure aquí, una pregunta sobre la cultura que els rep, ofertes de treball, i una agenda cultural i també esportiva.

María Teresa Combe, Chahida Haddad i Najat el Hachmi són les tres locutores del programa Mosaic.





TELEVISIONS: LA IMMIGRACIÓ COM A TEMÀTICA

En el sector televisiu, el panorama de programes dedicats a la immigració dista de les propostes radiofòniques. Mentre que els espais de la FM responen a iniciatives d'associacions o particulars i es concentren primordialment en emissores locals, a la televisió plantegen aquests tipus de programes les cadenes públiques, sovint de caire generalista. En aquests casos, la immigració apareix com a tema genèric, i respon a una marcada vocació social. Seguint, doncs, aquesta línia de la funció pública, no se centren en una sola comunitat sinó que fan una radiografia dels diversos col·lectius que hi ha a Catalunya. Així mateix, la iniciativa sorgeix de la pròpia cadena, més que no pas de les associacions d'immigrants, que són utilitzades com a font d'informació. Aquests espais, en català, acostumen a dirigir-se al ciutadà autòcton.

LA MODA DELS ESPAIS MULTICULTURALS

Les televisions generalistes de caràcter públic són les que més aposten per donar a conèixer la configuració social de Catalunya, en la qual la immigració hi juga un paper rellevant.

La Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, a

més de l'espai radiofònic *Mosaic* a Catalunya Cultura, també promou aquests tipus de programes a TV3 i al Canal 33. En el primer cas, hi trobem *Tot un món*, que són dos reportatges setmanals (dissabte i diumenge) de tres minuts de durada. L'espai, dirigit per Carles Solà, se centra en una qüestió d'interès per a la societat catalana sobre la nova immigració. Aborda aquesta temàtica des de les experiències personals dels nous immigrants, i des de les persones o entitats que els donen suport. Alguns dels temes fan referència a l'actualitat de la

▲ *Els rodatges exteriors són utilitzats per recollir l'opinió de la ciutadania.*

A l'àmbit televisiu plantegen aquest tipus de programes les cadenes públiques amb una marcada vocació social, que utilitzen les associacions d'immigrants com una important font d'informació.

setmana, i d'altres parlen de qüestions intemporalment com les raons per les quals una persona decideix deixar el seu país, els valors de la seva cultura, o els problemes de no tenir papers. A vegades, el reportatge no està filmat a Catalunya, sinó al lloc d'origen dels immigrants, de la mà dels corresponents de TVC. Darrere d'aquest producte s'hi reflecteixen

els objectius de “desfer tòpics i malentesos i de posar fi a rumors, informant de la realitat social d'aquestes comunitats i de les seves cultures i creences”.

El plantejament de fons del programa de cuina *Karakia* (C33) no s'allunya gaire del concepte d'in-

tegració que defensa el seu canal germà. Seguint la màxima de “fruir de les diferències... a la cuina”, n'extreu dues conclusions: “Ens hem acostumat a rebutjar les diferències entre nosaltres quan el que hauríem de fer és aprendre'n coses i fruir-ne” i “la cuina de tot el món, per diferent que sigui, sempre es podrà cuinar en el mateix fogó”. Des de fa quatre anys, l'equip de *Karakia* ensenya com preparen i gaudeixen del menjar famílies de països d'arreu del món, des d'Alemanya fins a Somàlia.

L'altra cadena pública generalista, Televisió Espanyola a Catalunya, conté l'espai *Els nous catalans* (La 2) que es defineix “no com un programa

de proximitat, també de caire públic, aposta per promoure la integració cultural. De totes maneres, a diferència de les ràdios municipals, la presència d'aquest tipus de programes a les televisions locals està poc estesa, encara que sigui un dels mitjans precursors en introduir el concepte de multiculturalitat. Ho demostra l'espai de BTV *Infos Idiomes*, que va començar les emissions el 1998 amb la intenció de convidar les comunitats foranes a mantenir la seva pròpia identitat, sensibilitzar-les amb la cultura local i orientar-les dins el panorama legal i social de Catalunya. El programa aplega diversos informatius (d'entre uns cinc i deu minuts de durada) editats per diferents associacions de col·lectius immigrants de Barcelona. Les entitats s'encarreguen d'escollir un presentador que ofereix notícies d'interès per a la comunitat que representen, utilitzant la seva llengua d'origen. Per la seva banda, BTV posa a la disposició dels col·lectius els recursos tècnics, la producció, l'emissió i la direcció del programa, a càrrec d'Amanda Bassa.

El contingut varia depenent de diversos factors que caracteritzen les comunitats que l'escullen. Si el nivell econòmic és alt se centren en temes de cultura, mentre que del contrari tracten qüestions socials. D'altra banda, el col·lectiu que ha arribat a Barcelona fa poc temps ofereix informació de servei, del país d'origen i de costums i tradicions locals. Si, en canvi, ja s'ha establert fa uns anys, dona a conèixer la vida cultural de la ciutat. També és fonamental, a l'hora de triar el contingut, el plantejament de l'entitat per a la qual treballa el presentador.

Actualment s'està tirant endavant un projecte de subtítolació al català dels *Infos*, fet que “permetrà el pas del model multicultural plantejat fins ara a un model intercultural”. Això significa també una important ampliació del públic al qual va dirigit: la so-



▲ **Bouba Gassama** és el presentador de l'*Info mandinga* (idioma del Senegal).

tegració que defensa el seu canal germà. Seguint la màxima de “fruir de les diferències... a la cuina”, n'extreu dues conclusions: “Ens hem acostumat a rebutjar les diferències entre nosaltres quan el que hauríem de fer és aprendre'n coses i fruir-ne” i “la cuina de tot el món, per diferent que sigui, sempre es podrà cuinar en el mateix fogó”. Des de fa quatre anys, l'equip de *Karakia* ensenya com preparen i gaudeixen del menjar famílies de països d'arreu del món, des d'Alemanya fins a Somàlia.

La Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, a més de l'espai radiofònic *Mosaic* a Catalunya Cultura, també promou aquests tipus de programes a TV3 i al Canal 33, anomenats *Tot un món* i *Karakia*.

sobre immigració, sinó sobre la realitat catalana del segle XXI”. Partint, doncs, d'aquesta base, es mostra un panorama de la nova Catalunya tenint en compte els diferents col·lectius d'immigrants que la conformen. Com que, dins de l'actual configuració social i cultural no només hi tenen cabuda els grups amb més dificultats econòmiques, el programa també fa referència als immigrants provinents de paï-

cietat catalana entendra els *Infos* alhora que podra escoltar la llengua pròpia de cada col·lectiu immigrant. El programa s'emet dissabte i diumenges al matí en una vintena d'idiomes com japonès, àrab, aranès, alemany, amazic, rus o llenguatge de signes en català.

Per la seva banda, la Xarxa de Televisions Locals presenta el programa *Diccionari de la diversitat*, dirigit per Oriol Albaiges, que es constitueix a partir de paraules escollides per reflexionar sobre la pluralitat. Cada capítol versa a l'entorn d'un mot, que comença amb una de les lletres de l'alfabet: R de religió, I d'identitat, B de barri... Diferents experts expliquen tècnicament aquests conceptes, mentre que l'opinió dels ciutadans apropa el públic a una visió més quotidiana. La sèrie, de 26 capítols, vol sensibilitzar dels canvis introduïts pel fet migratori a partir de dues línies molt marcades i poc comunes. D'una banda, explica les igualtats i les diferències entre les cultures que conviuen a Catalunya, recordant la immigració interior. I, d'altra banda, també informa sobre la diversitat existent des de sempre a la societat catalana canalitzada en forma de classes socials, estils de vida i diferents nivells econòmics.

LA FRONTERA ENTRE IMMIGRACIÓ I SOLIDARITAT

Finalment, els espais de solidaritat i cooperació a la televisió sovint inclouen la immigració com a

subtema. Els programes orientats en bona mesura a promoure la consciència social se centren en temes referents a les desigualtats nord-sud, el comerç just i la banca ètica, a més de donar a conèixer les activitats i ideologia de les entitats sense ànim de lucre. No obstant, la frontera entre aquestes iniciatives i la immigració sovint apareix

L'espai de BTV *Infos Idiomes* va néixer el 1998 amb la intenció de difondre la identitat de les comunitats, sensibilitzar-les amb la cultura local i orientar-les dins del panorama legal i social del país.

difuminada, com es reflecteix en els programes *Tots x tots* de Com Ràdio, i *Solidària*, a Vilafranca Televisió.

En tot cas, es fa palès que el sector audiovisual tracta la immigració sobretot com a temàtica, més amb l'ànim d'explicar el fenomen a la població autòctona que no pas amb l'objectiu d'integrar realment el col·lectiu fent-lo partícip del sistema de mitjans. Els immigrants que viuen a Catalunya ja han creat els seus propis mitjans impresos. Falta veure si aconsegueixen també fer-se un lloc més destacat que el present a la ràdio i la televisió.

L'equip d'Els nous catalans roda una celebració que commemora l'univers de Bollywood.

