

## ***Las migraciones contemporáneas en la radio para todos: el caso español***

*Maria Gutiérrez\**

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo é analisar as formas e modos em que a imigração, como conteúdo, está presente na atual programação radiofônica das principais emissoras públicas e privadas. Os processos migratórios e suas conseqüências, dada a sua dimensão social, devem deixar de ser uma temática exclusiva dos jornais e incorporar-se às grades de programação desde outro tipo de produtos. Novas estratégias programáticas permitirão a produção de espaços informativos especializados destinados tanto à sociedade de acolhida como aos novos cidadãos. **Palavras-chave:** programação radiofônica; estratégias de programação; imigração.

### **ABSTRACT**

*This article analyzes the presence of immigration as content of current Spanish radio programs on both public and private radio stations. Due to their social dimension migration processes and their consequences need to be part of new range of programs and not limited to being only a theme for television news. New program strategies will permit the production of specialized informative spaces addressed to the adopting society as well as to new citizens. **Key words:** Radio programs; program strategies; immigration.*

### **RESUMEN**

*El objetivo de este artículo es analizar las formas y modos en que la inmigración, como contenido, está presente en la actual programación radiofónica de las principales emisoras públicas y privadas. Los procesos migratorios y sus consecuencias, dada su dimensión social, deben dejar de ser una temática exclusiva de los noticieros e incorporarse a las parrillas de programación desde otro tipo de productos. Nuevas estrategias programáticas permitirían la producción de espacios informativos especializados destinados tanto a la sociedad de acogida como a los nuevos ciudadanos. **Palabras clave:** programas radiofónicos; estrategias de programación; inmigración.*

La radio, en tanto que medio de comunicación, propone modelos de interpretación de la realidad social que la audiencia acaba por integrar de forma casi natural. Desde esta perspectiva, puede favorecer, potenciar y estimular la modificación de conductas y de valores de fuerte tradición en la comunidad receptora de su programación. Esta cualidad, ni buena ni mala a priori, quizás haya sido el principal detonante para la apertura de un debate crítico sobre su función social en situaciones informativamente complejas como es el caso de las migraciones contemporáneas y, más en concreto, de la inmigración.

Este interés tiene una explicación. España, hasta no hace mucho país de emigrantes, se ha acabado por convertir a causa de los actuales flujos migratorios en país de acogida. La población ha vivido el inicio de este proceso de cambio de forma impactante, e incluso en ocasiones traumática. La falta de un modelo social para afrontar una situación presentada mediáticamente como imparable ha generado muchos conflictos de los que los medios han ido informando puntualmente. Pero la radio, al igual que la prensa y la televisión, también ha adolecido de un protocolo para el tratamiento informativo de este tipo de acontecimientos, lo que ha favorecido la consolidación de algunas imágenes que aún perduran en el tiempo como sinónimos de inmigración, patera y norte de África. Pese a que ahora la realidad es distinta, ya que a la población extranjera de origen africano se han unido otros colectivos que han entrado en el Estado español mayoritariamente por vía aérea como es el caso de los latinoamericanos, la patera continúa siendo un significativo símbolo de la inmigración en España.

Sin duda, la reconstrucción radiofónica de esos primeros momentos estaba basada en el asombro, entendiendo éste como la extrañeza o sorpresa ante la aventura que emprendían cientos y cientos de personas

en busca de una vida mejor. Así que este tipo de acontecimientos quedaron constreñidos al ámbito de los servicios principales de noticias o radiodiarios. Obviamente, con el tiempo, las tramas noticiosas se fueron complicando y fue justo en ese momento cuando los periodistas comenzaron a reflexionar sobre cómo la audiencia podía interpretar sus narraciones informativas. Y lo más importante, si estos discursos favorecían el proceso de integración de los recién llegados o más bien lo entorpecían. Consecuencia directa de dichos debates ha sido la paulatina mejora en el tratamiento de la información (LORITE, N. 2004). Pero, ¿qué ocurre con la programación de las emisoras radiofónicas para todos los públicos, denominadas en España generalistas?

Son varias las razones que hacen inevitable el abordar esta cuestión:

- los cambios en el tejido social. Según datos provisionales del Instituto Nacional de Estadística (INE) en relación al padrón municipal a 1 de enero del 2005, un 8,4% de la población residente en el estado español es extranjera, es decir, 3'69 millones de ciudadanos proceden de otros lugares del mundo. Es interesante resaltar que en sólo un año el porcentaje ha aumentado en 1'38 puntos respecto al 2004. Ahora bien, no lo ha hecho del mismo modo en todas las comunidades autónomas en las que se divide el Estado español. Así, las que presentan un mayor incremento de población extranjera censada son, en este orden, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y Andalucía, pero este dato por sí mismo no informa sobre su incidencia en el conjunto de la población. Desde esta perspectiva, se detecta que un total de 7 comunidades (Islas Baleares: 15'8%; Comunidad de Madrid: 12'9%; Región de Murcia: 12'3%; Comunidad Valenciana: 12'3%; Cataluña: 11'4%; Canarias: 11'2% y La Rioja: 10'3%) superan

la media española frente a 11 que se sitúan por debajo y, tan sólo, una que lo iguala (Comunidad Foral de Navarra). Andalucía, pese a haber incrementado en más de 95.000 personas el total de población extranjera, ésta sólo supone un 5'3% respecto al total de la comunidad.

- la audiencia de las emisoras de radio para todos. Según el último resumen del Estudio General de Medios (EGM) del período comprendido entre abril del 2004 y marzo del 2005, la radio generalista alcanza los 11.383.000 oyentes diarios frente a los 9.995.000 que contabiliza la radio temática. A la luz de los datos, es obvio que la población española sigue prefiriendo una oferta radiofónica en la que prima la información, el deporte y el infoentretenimiento. Hay que aclarar que, hoy por hoy, la radio temática española sigue siendo eminentemente musical.

De los argumentos expuestos, surge otra pregunta: ¿cómo presenta la radio generalista la nueva sociedad española? Tan sólo un análisis de las diferentes propuestas programáticas permitirá determinar su grado de aproximación.

#### **LA RADIO GENERALISTA Y LA INMIGRACIÓN**

Pese a la amplia oferta de estaciones que se engloban bajo el término generalista, la homogeneización de la programación es el trazo característico que mejor las define. Ni el ámbito de difusión (estatal o autonómico), ni su titularidad (pública o privada) comportan grandes diferencias entre ellas en el aproximadamente 80% de sus emisiones semanales. Es en el 20% restante donde cada emisora presenta sus peculiaridades y parece desmarcarse de la competencia. Ese aproximadamente 20% de la programación más diversificada se articula generalmente en tres grandes ejes:

- los programas culturales, aunque su presencia puede reducirse a un único espacio semanal,
- los programas musicales, que van desde los que contienen música variada hasta los especializados en un estilo particular, y
- los programas informativos especializados en temáticas concretas, como por ejemplo, la gastronomía o los viajes.

La influencia de las industrias culturales en las agendas temáticas de las redacciones radiofónicas responsables de los programas culturales y musicales es indudable. Los estrenos cinematográficos y las novedades discográficas suelen ser los contenidos más habituales en este tipo de programas. Las excepciones son poco significativas y se encuentran en alguna emisora pública. De tal forma que el mestizaje cultural-musical, que se ha generado como consecuencia de los flujos migratorios y de la convivencia entre colectivos de distintas procedencias, difícilmente encuentra un lugar en las parrillas de programación. Esto sólo ocurre cuando el producto cultural se sostiene sobre un entramado comercial. Pensemos, por ejemplo, en las campañas de promoción de la música latina en Europa.

Sobre los programas informativos especializados en temas sociales, la ausencia continúa siendo el sustantivo que mejor define la situación en las estaciones comerciales o privadas, pero también en las de titularidad pública. Por ejemplo, Radio Nacional de España-Radio 1, la emisora pública de ámbito de difusión estatal, desde hace algunas temporadas, mantiene en antena el programa semanal “La hora de América”, presentado y dirigido desde la corresponsalía que la cadena tiene en Washington. Según la dirección del programa, su objetivo es estimular el intercambio cultural entre Hispanoamérica y España, centrándose en la literatura, los espectáculos y la música. Sin desmerecer la presencia de un programa de estas características, éste

obviamente no es el marco más adecuado para plantear cuestiones de integración y convivencia.

Ahora bien, en el grupo de las emisoras públicas, algunas de ellas sí cuentan con informativos realmente especializados en temas sociales con especial dedicación a la inmigración. Dicha presencia no necesariamente tiene una correlación directa con el índice de población extranjera de su ámbito de cobertura. Uniendo ambos factores (presencia de programas que tratan la inmigración y porcentaje de población extranjera en el ámbito de cobertura) se puede establecer la siguiente tipología:

- alto índice de población extranjera y presencia temática en la parrilla. Estos requisitos se dan en la emisora de la comunidad autonómica de Madrid, Onda Madrid, y en la de Cataluña, Catalunya Ràdio. En la primera se emite esta temporada el programa semanal “Madrid sin fronteras”. En cambio, en Catalunya Ràdio el espacio también semanal “Vents del nord, vents del sud”, estrenado en la pasada edición, no se ha mantenido en antena. Consecuentemente, en la temporada 2005-2006 no emite ningún informativo especializado.
- bajo índice de población extranjera y presencia temática en la parrilla. Sur Radio, la emisora pública autonómica de Andalucía, cuya población censada tan sólo supone un 5'3%, emite, los viernes por la noche y desde hace algunas temporadas, el programa “Bienvenidos”.

Como puede observarse, el número de productos especializados es significativamente bajo. Además puede sorprender que comunidades autónomas con altos índices de población extranjera censada como son Cataluña y la Comunidad Valenciana cuenten en su oferta del 2005-2006 con programas que refuerzan el sentimiento de identidad de la comunidad en cuestión, como “Sense fronteras” (Catalunya Ràdio), que informa sobre la vida de

catalanes que habitan fuera de Cataluña, y “Moros y cristianos”, programa de Radio 9 que aborda una fiesta de gran tradición en una zona de su territorio. Hay que añadir que Radio Galega emite semanalmente un informativo para los gallegos que viven fuera de Galicia. En este último caso, la población extranjera alcanza tan sólo un 2’5%. Hay que tener presente que entre los objetivos de las emisoras autonómicas públicas figura la promoción de la cultura propia.

A la luz de los datos, puede aventurarse que para los programadores esta nueva tipología de audiencia parece no existir. Pero su olvido u omisión temática puede comportar otro tipo de consecuencias:

- el desconocimiento por parte de la sociedad de acogida de las características socio-culturales de los diferentes colectivos de inmigrantes, buena parte de ellos con algunos años de permanencia, no favorece su proceso de integración puesto que continúan viviendo en una suerte de anonimato social, por tanto no reconocidos como ciudadanos de pleno derecho, y
- la invisibilidad mediática puede perjudicar la convivencia, de ahí simples problemas de vecindad acaben presentados como conflictos en los radiodiarios o servicios principales de noticias, formato en el que la reflexión y el debate no tienen espacio.

### **¿NUEVAS POLÍTICAS PROGRAMÁTICAS?**

Las parrillas de programación evidencian la falta de interés en espacios radiofónicos que aborden desde una perspectiva ciudadana los cambios sociales. Ciertamente una estructura fundamentada en grandes magazines condena a horarios de baja audiencia otro tipo de oferta temática, mucho más específica. De hecho, ésta es la situación de los programas presentes en las emisoras públicas autonómicas antes comentadas.

Parece obvio que los programadores de las emisoras generalistas privadas o comerciales estén más preocupados por los índices de audiencia que por afrontar nuevos retos, como podría ser la incorporación de un programa específico sobre inmigración. Ahora bien, los responsables de las emisoras públicas, con independencia del ámbito de difusión, deberían de actuar con sentido de responsabilidad social.

Desde una perspectiva mediática los cambios demográficos suponen también cambios en la composición de la audiencia. Esta realidad no aparece reflejada en las nuevas propuestas programáticas. La incorporación como oyentes de personas procedentes de otros lugares es un proceso que requiere una planificación, y es obvio que de momento este asunto no es prioritario en las políticas programáticas de las emisoras generalistas españolas, públicas o privadas.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUTIERREZ, M. y HUERTAS, A., España. Programación radial para todo público, Quito: *Chasqui*, nº 86, Junio, 2004, pp.52-57.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: [www.ine.es](http://www.ine.es)

LORITE, N. (dir.). Tratamiento informativo de la inmigración en España. 2002. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de Migraciones y Servicios Sociales (IMSERSO), 2004.

VILLATORO, V. Els mitjans de comunicació davant la immigració. La responsabilitat d'informar, la responsabilitat de conèixer, Barcelona: *Quaderns del CAC*. n 12, 2002, p. 3-11 ([www.audiovisualcat.net](http://www.audiovisualcat.net))

\* **Maria Gutiérrez** es profesora titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona. Es coautora de los informes anuales sobre programación radiofónica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya y del libro *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico*. Colaboradora del MIGRACOM-UAB.