

Aproximación a las experiencias audiovisuales sobre diversidad cultural e inmigración en Europa o Canadá

Doris Boira

- *El artículo recoge los resultados más significativos de la investigación "Aproximación a las experiencias audiovisuales sobre diversidad cultural e inmigración en Europa y Canadá", encargado por la Mesa para la Diversidad en el Audiovisual, organismo impulsado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña. A partir del contexto migratorio y audiovisual se presenta la evolución de la programación de las televisiones públicas de Europa y Canadá en cuanto a la inmigración y la diversidad cultural. El repaso a las experiencias audiovisuales más representativas y consolidadas, así como el conocimiento de los mecanismos internos y externos de los canales para abordar el tema, permiten extraer las claves sobre el papel de los medios en las sociedades multiculturales.*

Palabras clave

Inmigración, minorías culturales, diversidad cultural, representación, comunicación audiovisual, televisión, Europa, Canadá

El tema de la diversidad cultural y los medios de comunicación ha ido cogiendo fuerza en los últimos años en Cataluña, a pesar de que en Europa y Canadá hace casi medio siglo que se está trabajando en ello desde diversos ámbitos, como el profesional, el político y el ciudadano, y que han dado como resultados investigaciones, programas de televisión, políticas y mecanismos para favorecer su presencia en los canales. Este artículo es, precisamente, fruto de la voluntad de la Mesa para la Diversidad en el Audiovisual de conocer estas experiencias con el encargo de la investigación que, financiada por la Fundación Jaume Bofill, lleva por título "Aproximación a las experiencias audiovisuales sobre diversidad cultural e inmigración en Europa y Canadá".

Durante el periodo de investigación tuvieron lugar algunos acontecimientos importantes relacionados con el tema que nos ocupaba. Por una parte, la Unesco aprobó la convención sobre la protección de la diversidad de los contenidos culturales y de las expresiones artísticas en su última conferencia general¹. El consejo representante del Grupo de Programas Interculturales del EBU (European Broadcasting Union) se reunió² para valorar su tarea y poner hilo en la aguja a dos proyectos: la elaboración de un *tool kit* sobre diversidad³ y la organización de una conferencia internacional de medios públicos para reflexionar sobre las políticas de diversidad en 2006. El Instituto Panos de París organizó un encuentro de la red Mediam'Rad, titulada "Medios de la diversidad en Europa", con el objetivo de poner en común la situación en los países respectivos, analizar las relaciones con los medios convencionales y elaborar propuestas de de trabajo coordinado⁴. En Canadá, el encuentro Innoversity Creative Summit 2005, que reúne creativos de diversas trayectorias culturales y profesionales de los medios, se dedicó a la diversidad cultural. Aparte de los encuentros de especialistas, instituciones y medios

Doris Boira

Membre de la Mesa para la Diversitat en el Audiovisual

sobre el tema, la actualidad estuvo marcada por acontecimientos como los atentados en Londres y los disturbios de jóvenes en barrios periféricos de París, entre otros. Hechos que han puesto de manifiesto la necesidad de establecer canales de comunicación entre las nuevas generaciones surgidas de la inmigración en las sociedades occidentales, desde el reconocimiento de la diversidad como rasgo constitutivo y no como un problema a resolver. Con buenas intenciones hay medios que tratan de incorporar este planteamiento. En cualquier caso, adivinar si en la práctica lo consiguen o no, no ha sido el objetivo de la investigación, sino recoger información sobre las experiencias audiovisuales más representativas en relación con la diversidad cultural en el contexto europeo y canadiense para extraer las claves del papel de los medios en las sociedades multiculturales.

Metodología: enfoque, alcance y estructura de la investigación

La investigación estaba planteada inicialmente como una aproximación a las experiencias televisivas de medios generalistas sobre la diversidad cultural, pero la importancia cualitativa y cuantitativa de los hallazgos justificó la ampliación de su alcance al medio radiofónico y a los medios de minorías culturales⁵. No obstante, valoramos conveniente incorporar elementos del contexto migratorio y de la política audiovisual de los diversos países y a escala europea. A partir de estas consideraciones, la investigación fue más allá del planteamiento mediocéntrico hacia una aproximación integral al tema. Han quedado al margen las valoraciones sobre las tipologías de programas específicos o generalistas en temas de inmigración y diversidad cultural; se ha considerado un debate estéril. La experiencia nos muestra que son necesarios tanto unos como los otros. Si bien se debe dar respuesta a las necesidades informativas de las poblaciones que llegan, también se debe concienciar a toda la sociedad sobre los cambios sociales que genera la inmigración y del hecho de vivir en un entorno culturalmente diverso. De la misma forma, creemos innecesario, y hasta contraproducente, valorar si son preferibles los medios generalistas o los minoritarios, ya que ambos plantean maneras diferentes de abordar la diversidad y/o la

especificidad cultural, y aquí radica su complementariedad.

En cuanto a la estructura de los contenidos, y siguiendo el planteamiento de la investigación, en un primer apartado hacemos un repaso a la evolución del tratamiento del tema desde el marco europeo y por países. En un segundo apartado tratamos los mecanismos internos y externos de los canales destinados a promover la diversidad en los medios.

La aproximación a la diversidad cultural en los medios en el marco europeo institucional

La discusión sobre medios y diversidad cultural en el ámbito europeo se ha desarrollado en los últimos años desde la base, es decir, lejos de las instituciones y los grandes medios. En toda Europa se han realizado conferencias, seminarios y actos, sobre todo después del 11-S, para reflexionar sobre el papel y el impacto de los medios en las sociedades multiculturales. El tema ha sido abordado desde diversas perspectivas, como la representación mediática de la diversidad cultural, las políticas de personal de los medios, la educación para los medios en las escuelas y la promoción de medios de minorías culturales. Desde el punto de vista geográfico el tema ha trascendido a los antiguos países de la UE y ha llegado a la OSCE⁶, que ha considerado importante abordar cuestiones lingüísticas de las minorías a las repúblicas ex soviéticas y a los Balcanes.

El Consejo de Europa ha incorporado nuevamente a la agenda pública el tema de los medios y la diversidad en contextos de crisis en el nuevo plan de acción acordado a finales de 2005 en Kiev. Pero su aproximación al tema data de finales de los 70, a raíz del estudio *Los grandes medios al servicio de la identidad cultural de los trabajadores migrantes*. Este estudio no dio lugar a orientaciones precisas a pesar de los resultados. Tampoco se hicieron grandes esfuerzos por difundirlos. A finales de los años 80 ya se habían hecho una serie de conferencias europeas enfocadas al intercambio entre investigadores, entidades de promoción de la diversidad cultural en los medios y representantes de medios más sensibilizados con esta cuestión. Los temas que estos años preocuparon al Consejo de Europa fueron el respeto por el pluralismo en el paisaje audiovisual, la lucha contra los monopolios multimedia y la misión de la televisión como servicio público

respecto al pluralismo cultural en la sociedad. Haciendo balance, hasta principios de los años 90, expertos del Consejo de Europa elaboraron diversos informes sobre el tema pero más bien pocas directivas u orientaciones se han traducido en textos políticos, sobre todo en cuanto a las políticas de las cadenas públicas, donde la intervención en principio era más fácil. En cambio, sí que se ha dado un paso adelante en la concienciación sobre la diversidad cultural y la inmigración, que ha pasado de considerarse un problema social a considerarse un aspecto propio de la sociedad. Así, si bien la aportación de organismos internacionales no ha tenido un impacto significativo en la mejora de las políticas institucionales, quizás sí la ha tenido en el terreno de la reflexión y la divulgación.

La aproximación a la diversidad cultural desde televisiones de Europa y Canadá

Aunque no es comparable la situación migratoria y audiovisual de los países europeos y Canadá, y quizás precisamente por eso, el repaso a la trayectoria de esta relación en contextos nacionales diversos permite conocer un rico abanico de experiencias en relación con el abordaje de la diversidad cultural. Cada país tiene una historia migratoria y cada televisión ha desarrollado una cierta programación en función del marco político y audiovisual. La comparación de la situación actual y su trayectoria en diversos países, que no se establece explícitamente, permite hallar aspectos parecidos y diferentes en las políticas audiovisuales, programaciones y medios multiculturales. Ateniéndonos a criterios diversos, hemos seleccionado los siguientes países europeos: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, los Países Bajos y el Reino Unido.

Alemania

Los primeros programas de los medios públicos de alcance nacional y regional para inmigrantes comenzaron a emitirse en los años 60. Los denominados programas de “trabajadores invitados” llegaron a ser una parte crucial de los rituales diarios para muchas familias inmigradas. Según la Unesco, a mediados de los años 70 más del 75% de los trabajadores inmigrantes en Alemania los escuchaban con fidelidad. Como en el resto de Europa, aquellos programas desaparecieron por diversas razones derivadas de la

evolución de la situación migratoria y audiovisual del país, como la entrada de los canales por satélite y cable, dando paso a una programación de carácter más multicultural en alemán dirigida a audiencias híbridas y étnicamente diversas, la situación actual no es bastante alentadora. Por una parte, a causa de la competencia de los grandes canales de televisión en los países de origen de los inmigrantes, y por otra, a raíz del desconocimiento de la mayoría de población y de los medios alemanes respecto a los temas multiculturales. De hecho, el proceso político y social hacia el reconocimiento de la realidad migratoria del país ha tenido una repercusión muy limitada en la esfera de la producción mediática. Muchos periodistas procedentes de la inmigración confirman las grandes dificultades para entrar a trabajar en los medios alemanes, especialmente en la televisión. Las cifras de 2001 hablan de entre el 1 y el 3% de profesionales surgidos de la inmigración en las plantillas de los medios. Actualmente no existe ningún servicio público, de radio o televisión para inmigrantes. En cambio, hay experiencias que apuestan por un planteamiento multicultural, como es el caso del canal público regional WDR, en Colonia, que ha mantenido una política sensible a la realidad migratoria tanto en la producción como en la programación.

El canal público francoalemán ARTE merece una mención especial en el marco de los medios con planteamientos específicos respecto a la diversidad cultural. La Asociación Relativa a la Televisión Europea (ARTE) irrumpió en el panorama audiovisual europeo en el año 1998 con el objetivo de concebir, realizar y difundir programas de televisión de carácter cultural e internacional, así como favorecer el entendimiento entre los pueblos de Europa. En este sentido, la población inmigrante, y más concretamente la diversidad cultural de la sociedad europea, llega a ser una línea transversal tanto en el enfoque de los temas como en la programación. El canal ARTE está asociado a diversos canales públicos de ámbito europeo entre los que hay TVE, ORF en Austria, RTBF en Bélgica, NPS en los Países Bajos y la BBC.

Bélgica

La diversidad cultural en los medios belgas se ha abordado desde diferentes ángulos. El canal público francófono comenzó a preocuparse por el tema y a incorporarlo en su

programación en clave de información de servicio en los años 60, veinte años después de la llegada de las primeras migraciones de italianos en el país, para responder a las necesidades informativas de los inmigrantes del sur de Europa, Turquía y el Norte de África. Estos programas fueron evolucionando a lo largo de los años, pero no fue hasta que la extrema derecha utilizó a la inmigración para ganar votos que el gobierno reaccionó. Entre los años 70 y 80 se pusieron en marcha campañas antirracistas y comisiones de inmigración para establecer un lazo con los inmigrantes y las comunidades étnicas que habían sido ignoradas durante décadas. A medida que el gobierno se implicaba en estas cuestiones lo iban haciendo los medios con muchas dificultades. Actualmente la programación de los canales públicos del país es diversa. Mientras que el canal público flamenco ofrece un abanico de programas de carácter multicultural de géneros diversos que van desde los programas de actualidad hasta el género híbrido del *docussoap*, las series de ficción y los programas infantiles, el canal público francófono no ha diversificado tanto su oferta multicultural.

Los medios de ámbito local, por su parte, han acogido en los últimos años experiencias comunicativas del mundo asociativo que, además de complementar la oferta televisiva institucional, han promovido el acceso de los inmigrantes al espacio audiovisual, para contrarrestar la representación simplificada de la inmigración que suelen mostrar los grandes medios.

Francia

El tema de la diversidad en los medios franceses se ha planteado en los últimos quince años, por una parte, desde el terreno social y profesional, y por otra, desde el institucional y mediático en un proceso hacia la visibilización y las propuestas de cambio. En el año 1998 el Collectif Egalité denunció la ausencia de *minorías visibles*⁷ en los medios y reclamó una mejor representación de la Francia *black-blanc-beur*. Su presidenta denunció al Ministerio de Cultura por una actitud discriminatoria hacia los negros. En una segunda etapa, el colectivo se posicionó a favor de una política de cuotas en los canales de televisión, cuestionando los principios republicanos, y trasladó sus demandas al CSA⁸, que asumió un rol

mediador en este proceso de toma de conciencia de la situación. Para ponerse manos a la obra, éste encargó el estudio "Presencia y representación de las minorías visibles en la televisión francesa". En el año 1999, a raíz de los resultados de este estudio, el CSA declaró en un comunicado que una representación justa de las minorías visibles en los medios es la única manera, en cuanto a la televisión, de jugar su papel integrador de forma creíble. Es decir, reflejando a la sociedad francesa tal y como es, y se comprometió a hacer un seguimiento del cumplimiento de las nuevas obligaciones de los *cahiers de charges* de los medios públicos a partir de la aplicación del decreto de 2001, y a traspasarlas a los canales privados, habitualmente más abiertos a reflejar la diversidad social.

Respecto a la presencia de profesionales en los canales de televisión franceses como medida de reflejar la diversidad, aparte de la época de los magazines específicos impulsados por el Fondo de Acción Social desde mediados de los años 70, el tema se retomó a principios de los 90 con la incorporación progresiva de periodistas de orígenes culturales diversos al frente de programas informativos y como personajes de series de ficción de gran audiencia. De hecho, después del año 2000 muchos profesionales de minorías culturales se han vinculado a canales de cable y hertzianos, presentando espacios informativos, meteorológicos o de otro tipo. A pesar de ser casos aislados que ilustran una evolución hacia la visibilidad, estas iniciativas muestran la voluntad de los canales para hacer evolucionar una situación a la que aún le queda mucho en el terreno de la representación para superar los estereotipos.

Italia

La televisión pública italiana ha seguido desde finales de los años 80 dos caminos paralelos para informar sobre la inmigración coincidiendo con el aumento de la llegada de extranjeros al país. Por una parte abordando el tema en programas dirigidos a una audiencia general, y por otra, a través de programas específicos dirigidos a inmigrantes. Desde las cadenas generalistas se otorga poca importancia a los inmigrantes como audiencia potencial, una actitud que posiblemente se irá ampliando en los próximos años. En cambio, desde los años 90, en los medios de abasto local hay numerosas experiencias de programación multilingüe,

sobre todo en radio, con el objetivo de favorecer el acceso al medio de los inmigrantes de la región y a su vez garantizar una representación más correcta. Destacamos algunas de las iniciativas más significativas de esta época en el medio televisivo local: *Una strada a colori*, de Teleregione en Roma, *Bianco, nero e a colori*, de Antena Vesuvio en Nápoles. Hacia el 2000 aparecieron otros siguiendo un modelo de financiación mixto como: *TG Extra*, de TV Vicenza, *Mosaico*, de la televisión local de Pisa, y *TG Multietnico*, de TeleBrescia, con un alcance de 12 provincias.

Países Bajos

La diversidad cultural ha sido un tema clave en la política audiovisual holandesa, sobre todo en los medios públicos y los de alcance local, motivado por la tarea de entidades sociales y profesionales que se han dedicado y por la proliferación de medios dirigidos a minorías que ha favorecido la legislación. Aparte de los programas de los años 70 en los canales públicos dirigidos a inmigrantes, las medidas institucionales de apoyo a la política de diversidad de los años 90 se vehicularon desde la autoridad pública del audiovisual respecto al ámbito laboral, de la programación y la producción de medios públicos nacionales y regionales.

A pesar del progresivo apoyo institucional a las empresas audiovisuales para fomentar una política de diversidad, y la creciente demanda de profesionales de minorías culturales, aunque se puede hablar de una cierta resistencia por parte de la industria audiovisual a la interculturalización. Aun así, su presencia en los medios de alcance general, y sobre todo al frente de los medios de minorías, ha contribuido a la mejora de la representación mediática de la multiculturalidad de la sociedad holandesa. En este sentido, la diversidad de canales por cable de radio y televisión gestionados y dirigidos a minorías culturales merecen una atención especial en cuanto al papel que juegan en los procesos de integración y representación. A raíz de la política audiovisual de concentración y profesionalización de medios locales, en el año 2001 los canales de televisión local de inmigrantes existentes en las grandes ciudades holandesas se agruparon en un único canal de televisión de alcance nacional denominado Multicultural Television of the Netherlands. Además del MTNL, actualmente existen unas 200 iniciativas de radio y televisión de alcance local gestionadas y dirigidas a las minorías culturales del país.

El Reino Unido

La representación de la diversidad cultural ha sido un eje relevante para los medios británicos, tanto a partir de las políticas institucionales como de las iniciativas internas de los medios para mostrar un reflejo fiel de la sociedad multicultural. A su vez, las presiones sociales en el terreno de la lucha contra la discriminación racial y las demandas de canales de expresión por parte de las minorías culturales, han influido en la proliferación de medios e iniciativas para la promoción de la autorrepresentación. Respecto al medio televisivo, las primeras huelgas de inmigrantes en el Reino Unido coincidieron con el nacimiento de la televisión. Desde entonces, la inmigración empezó a preocupar a las cadenas públicas, tanto por el hecho de llegar a ser una nueva audiencia como por la responsabilidad ante su representación en la pantalla. De manera progresiva, los canales, sobre todo públicos⁹, fueron incorporando la diversidad de la sociedad británica en su programación, bien a través de programas específicos como de alcance general, y con el apoyo de mecanismos internos como la Unidad de Programas Multiculturales en Channel 4 y la Asian Network en la BBC, entre muchos otros. La presencia de profesionales de minorías étnicas en los medios adquirió un carácter oficial y planificado en el año 1988, cuando la BBC adoptó una política de igualdad de oportunidades porque la composición de la plantilla reflejó plenamente la de la sociedad. A su vez, la creación de Channel 4 contribuyó al aumento de profesionales de minorías étnicas por tres razones: la vocación del canal de servir a todas las minorías, la financiación mixta, y la apertura a productoras independientes. De hecho, este canal en el 2003 tenía un porcentaje de empleados pertenecientes a minorías del 11% en plantilla y del 8% en cuadros superiores. Para el 2006 la previsión era del 13% y del 9%, respectivamente. En el caso de la BBC, si en el 2004 el 22,5% de las solicitudes de trabajo provenían de minorías étnicas, éstas sólo representaban el 13% del personal contratado. De cara al 2007, la BBC se ha propuesto nuevos hitos en la representación de las minorías étnicas, con un 12,5% en toda la plantilla y un 7% en los lugares de gestión.

A pesar de las críticas, el Reino Unido es el país con un mayor nivel de buenas prácticas en relación con la representación de las minorías étnicas en los medios, sobre todo por la implantación de la política de igualdad de

oportunidades, en comparación con otros países europeos que aún no cuentan con mecanismos institucionales que velen por la presencia de las minorías en la industria audiovisual.

Canadá

En el contexto canadiense los medios juegan un papel importante en la percepción pública del multiculturalismo, que a su vez es un rasgo definitorio del país de manera oficial, que hace de unión para los recién llegados en el nuevo contexto y sensibiliza al resto de la sociedad en los cambios de una sociedad diversa. “Mientras los medios generalistas suelen difundir problemas relacionados con la inmigración, los medios étnicos tienden a mostrar historias de integración en la vida diaria”¹⁰. Aunque cada vez más medios generalistas son conscientes de la necesidad de mejorar su tratamiento de la diversidad delante y detrás de la cámara.

En el año 2003, a partir de una investigación de la Asociación Canadiense de Radiodifusores privados (ACR), elaborada a petición de la entidad reguladora del audiovisual, se dio a conocer el estado de la cuestión sobre la presencia y la representación de la diversidad cultural en la televisión privada canadiense. Los resultados confirmaron la existencia de serios problemas de subrepresentación de las minorías visibles y aborígenes delante y detrás de la pantalla. El estudio hablaba de la tendencia a la *guetización* de los profesionales de minorías culturales en medios o programas dirigidos a su grupo, y de las dificultades para acceder a los medios convencionales. Todo esto, a pesar de la aplicación de una política de igualdad de oportunidades desde los canales públicos de alcance nacional basada en los principios de justicia, equilibrio e igualdad. En principio, la CBC¹¹ presenta su plantilla “tan diversa como la sociedad canadiense”.

En relación al Quebec, donde coexisten medios en lengua inglesa y francesa, la diversidad etnocultural y racial no está muy representada en la televisión de lengua francesa en comparación con la de lengua inglesa. Quizás porque la industria francófona está más centrada en la historia de los quebequenses que no la de los inmigrantes. Además, se añade el hecho de que las audiencias de minorías culturales, por motivos diversos, tienen la tendencia a ver emisiones en lengua inglesa. El mercado de las producciones

audiovisuales alrededor de la diversidad cultural se concentra sobre todo en Montreal por la composición multicultural de su sociedad. En general, a banda de las televisiones públicas canadienses, las de titularidad privada y comunitaria también aplican el planteamiento multicultural en el ámbito laboral y de programación. Destacamos Télé Québec y City TV, además de los canales de radio y televisión multilingües que se pusieron en marcha en los años 70 CHIN International y OMNI TV en Toronto.

Mecanismos por promover la diversidad cultural en los medios

En el contexto europeo existen iniciativas, vinculadas a entidades e instituciones encaminadas a la promoción de la diversidad cultural en los medios generalistas, la concienciación de los profesionales, la formación de minorías culturales y la promoción de medios étnicos. Destacamos la red On Line More Colour in the Media, OLMCM, que desde el 2003 promueve el Día Europeo de Seguimiento de Medios, un proyecto que se enmarca en la Semana Europea de Medios y Minorías dedicada a analizar el tratamiento de las minorías culturales y los inmigrantes en los medios convencionales y de minorías de los diversos países y a escala europea. En el marco de esta jornada, en el 2004 se difundió el *Manifiesto europeo de apoyo a los medios de minorías culturales*, tanto a escala institucional del Parlamento Europeo como a través de medios y asociaciones.

Los premios son otro mecanismo importante a la hora de valorar a las producciones audiovisuales a favor de la integración social. Algunos de los más consolidados en Europa y por países son: Prix Iris, “Premio europeo de medios por la igualdad y la tolerancia. Prix Civis, depende de la Fundación Civis Media por la integración y la diversidad cultural en Europa. Este premio ha dado lugar al Civis Youth Video Award, dirigido a jóvenes realizadores sobre el tema “vivir en la diversidad cultural”. Ebu Prix Jalla, premio creado en el décimo aniversario del Grupo de Programas Interculturales del EBU que premia a los jóvenes realizadores comprometidos con la Europa multicultural. IFJI, premio de la Federación Internacional de Periodistas a la producción periodística que mejor haya

contribuido a la mejora en el entretenimiento dentro de la sociedad europea multicultural.

Una vez más, internet se convierte en la herramienta imprescindible a la hora de coordinar iniciativas a escala europea y ofrecer recursos. Destacamos tres portales dedicados específicamente en los medios y la multiculturalidad: la red On Line More Colour in the Media gestiona un portal de recursos denominado The Multicultural Skyscraper¹², MMC 2000¹³ (Multicultural Multimedia Channel), creado por la ONG italiana Cospe, miembro de la red OLMCM, y concebido como una plataforma para los medios multiculturales del país con vínculos con iniciativas europeas; y TV Plurielle¹⁴, creado desde la entidad Médias France Plurielle para profesionales de orígenes diversos.

No obstante, en los diversos países existen mecanismos internos en los canales que afectan a la política laboral y de producción, así como iniciativas externas procedentes de entidades profesionales y sociales; a continuación presentamos una selección, sin entrar en ningún tipo de valoración, de las más representativas y consolidadas en los diversos países. Comenzando por los mecanismos internos en los canales de televisión, destacamos las siguientes iniciativas por países. En Alemania el canal regional de Norte Westfalia, WDR, cuenta desde finales de los años 90 con una figura referente por cuestiones de integración y diversidad cultural¹⁵. En Bélgica el canal público flamenco VRT puso en marcha el año 1999 un Plan de Acción Positiva para aumentar la contratación de personal de orígenes culturales diversos y conseguir una representación equilibrada a la programación, que dio a mecanismos como la "Diversity Charter"¹⁶ y la "Diversity Cell"¹⁷. En Francia, desde el 2003, se celebra la Semana por la integración y contra las discriminaciones en France 3, con apoyo institucional del HCI¹⁸, vinculada a la Semana de medios y minorías de la red europea OLMCM. Otra medida importante ha sido el Plan de Acción Positiva para la Integración de France Télévisions, presentado en 2004, con el objetivo de mejorar la representación de la diversidad de la población francesa en la televisión a raíz de un informe sobre las minorías visibles en el servicio público de televisión.

En países con gran trayectoria migratoria destacan políticas de promoción de la igualdad de oportunidades

como mecanismos de discriminación positiva, seguidas por los canales de televisión pública de los Países Bajos, el Reino Unido y Canadá, para asegurar la presencia de personal de grupos minoritarios en proporción a su representación a la sociedad a través de un sistema de cuotas. En el Reino Unido la BBC ha puesto en marcha otras iniciativas y programas: Ascend, curso de formación para miembros de minorías étnicas dentro de la empresa: BBC Mentor Project, iniciativa para promover el acceso de estudiantes interesados en trabajar en el medio a través de la figura del mentor; BBC New Talent, programa para favorecer talentos en los diversos géneros y funciones; Diversity Database, base de datos que permite el acceso a personas y entidades relacionadas con la diversidad cultural en el país; Head of diversity, figura encargada de coordinar y hacer el seguimiento de las medidas del canal respecto a la diversidad, tanto en el ámbito de programación como en la plantilla de personal.

A su vez, la implicación de las instituciones en la mejora de la representación de la diversidad cultural en los medios ha generado un abanico de medidas de gran repercusión. Concretamente en los Países Bajos el gobierno ha desarrollado políticas destinadas a promover el multiculturalismo en los medios a través de la elaboración de documentos políticos debatidos en el Parlamento, normativas, investigación continuada, firma de convenios, planes gubernamentales y premios. Destacamos el documento de política de integración, *Getting oportunities, taking oportunities. Integration policy* para el periodo 1999-2000, donde se incluye el papel de la comunicación en el marco de la política de integración; el Plan gubernamental de medios y minorías del 1999, *Make way for cultural diversity*, con el objetivo de trasladar los cambios en la composición de la sociedad holandesa en los medios en cuando a programas, producción y audiencia; y la firma en el 2001 del acuerdo de la autoridad de radio y televisión (NOS) con los ministerios de Asuntos Sociales y Ocupación y de Política Urbana y de Integración de Minorías Étnicas para poner en marcha una política intercultural de recursos humanos.

Como medida implantada por diversos canales británicos de televisión públicos y privados¹⁹, la Cultural Diversity Network, desde el 2000 se dedica a la promoción de la mejora de la representación de las minorías étnicas tanto

delante como detrás de la pantalla, desde un compromiso por parte de los ámbitos de dirección y gestión. Algunos de los mecanismos que la CDN potencia son las cuotas en la contratación de personas de minorías étnicas en todos los cargos, la creación de bases de datos en línea de minorías étnicas, la promoción de la recerca sobre la diversidad cultural en los medios, así como la puesta en marcha de sistemas de seguimiento de la diversidad cultural en los canales y la incorporación de un enfoque multicultural en la producción y la presentación de noticias.

Desde el ámbito asociativo y profesional existen en todos los países iniciativas dedicadas a la sensibilización sobre la realidad multicultural desde la comunicación, la promoción del acceso de las minorías culturales en los medios así como la mejora de su representación. En Italia la Federación de medios culturales extranjeros se convierte en una plataforma para los medios y los profesionales de orígenes diversos y Asterisco es responsable del festival Comunicando dedicado a la comunicación intercultural. En los Países Bajos Mira Media es un referente en este terreno que, además, impulsa iniciativas europeas como la red OLMCM. En Francia el Collectif Egalité y el Club Averroes desarrollan una tarea de vigilancia, reflexión y reivocación sobre la representación de las minorías visibles en los canales. En el Reino Unido la CMA²⁰ da apoyo al tercer sector audiovisual desde una perspectiva multicultural. En Canadá la ACTRA²¹ es una entidad de defensa de sus intereses y demandas, y el encuentro Innoversity crea puentes entre la innovación y la diversidad en los medios.

Como final o inicio

Más allá de la presentación de programas sobre inmigración y diversidad cultural de las televisiones públicas europeas que recoge este artículo, el tema de su representación se puede abordar desde diversas vertientes como la política de igualdad de oportunidades, el antirracismo, el derecho de acceso, o incluso la necesidad comercial de la industria audiovisual. Estos aspectos no se han tratado, a pesar del interés que plantean, aunque recogemos una reflexión del Club Averroes sobre el papel de los medios hoy día. “Ante la imposibilidad de luchar

contra las discriminaciones a las minorías culturales sin resolver el tema de los clichés negativos en los que se cierra la sociedad, la comunicación es el sector clave que permitirá reparar esta injusticia”. A pesar de las limitaciones de los medios en este aspecto, hay experiencias de éxito y consolidadas que muestran cómo se puede abordar mediáticamente la realidad multicultural. El hecho de conocer cómo en otros países con una amplia trayectoria migratoria se ha planteado este reto es básico para poder aprovechar y adaptar estas experiencias al contexto mediático y sociocultural de Cataluña. Este artículo representa un paso en este camino.

Notas

- 1 Conferencia intergubernamental de la Unesco que tuvo lugar en París del 3 al 21 de octubre de 2005.
- 2 Reunión celebrada en Berlín el 18 de octubre de 2005.
- 3 El *tool kit* de diversidad se plantea como un dossier comentado de mecanismos y políticas de diversidad de los canales públicos europeos.
- 4 A partir de este encuentro (el 21 y 22 de octubre) el Instituto Panos se ha planteado la inclusión de representantes de Cataluña y el Estado español en la red Mediam'Rad.
- 5 El tema de la publicación, "Inmigración y televisión", y las limitaciones de espacio, hacen que el artículo se centre solamente en las experiencias televisivas de ámbito público, dejando fuera a las privadas y a las comunitarias, así como la aproximación al tema desde los géneros. Tampoco se integran las iniciativas en el medio radiofónico, ni el apartado dedicado al marco jurídico ni las recomendaciones sobre esta cuestión.
- 6 OSCE son las siglas de la Organización por la Seguridad y la Cooperación a Europa.
- 7 *Minorías visibles* entendidas como minorías étnicas de origen no europeo, catalogadas en tres grupos: negros, magrebíes/árabes y asiáticas.
- 8 Conseil Superieur de l'Audiovisuel.
- 9 En esta categoría también se incluye Channel 4, que no está cualificado como canal exclusivamente privado.
- 10 Reflexiones del artículo "Etnicidad y medios", de la web Diversity Now!, de OVNI TV (29 de junio de 2005).
- 11 Canadian Broadcasting Corporation.
- 12 www.multicultural.net
- 13 www.mmc2000.net
- 14 <http://tvplurielle.free.fr>
- 15 Su principio de actuación considera que "la clave para adquirir competencias en un contexto multicultural son la movilidad, la flexibilidad y la integración". Por ello, constata que la diversidad cultural a la plantilla es una condición indispensable porque se producen relaciones de aprendizaje mutuo y se avanza en la capacidad multicultural desde el ámbito profesional.
- 16 Carta de la diversidad, declaración de compromisos para llegar a reflejar la diversidad cultural en todos los ámbitos del canal.
- 17 Célula de la diversidad, personal específico dedicado a estimular una representación equilibrada de la diversidad cultural en la programación, crear una concienciación sobre el tema entre los responsables de programas y favorecer la incorporación de nuevos talentos en el canal de diversos orígenes culturales.
- 18 HCI son las siglas del Alto Consejo de la Inmigración.
- 19 Los canales miembros de la red CDN son: BBC, Channel 4, Sky, Five, GMTV, ITN, ITV, PACT y SMG Television.
- 20 Community Media Association.
- 21 Asociación de Artistas de Radio y Televisión