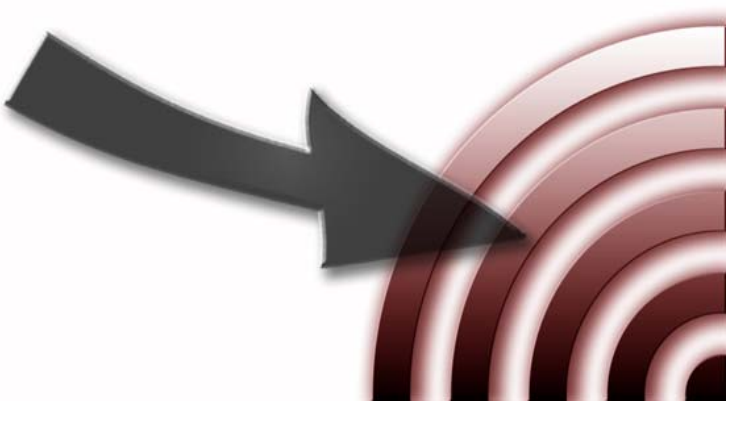
MIUrb/AL

LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y INFORMACIÓN MULTI-ÉTNICA
- EL CASO ITALIANO -

Giovanna Marconi
Julio 2007



INTRODUCCIÓN

Independientemente de las diferentes posiciones tomadas con respecto a las migraciones internacionales, a las políticas para gobernarlas y a los posibles impactos socio-culturales del fenómeno, sin embargo la información es la primera forma de inclusión social para los inmigrados, un instrumento fundamental para su integración y para el reconocimiento de las diferencias. Un adecuado acceso a la información, junto con la posibilidad de manifestar libremente las propias opiniones, son derechos básicos de ciudadanía.

Hoyendía, cualquiera persona es continuamente expuesta a un flujo de informaciones que ofrece noticias sobre las principales características del contexto donde vive y sobre las tendencias económicas, políticas, intelectuales o artísticas que prevalecen en una determinada sociedad. Sin embargo, el acceso a la información puede volverse una tarea muy complicada para los extranjeros, antes de todo por causa de barreras idiomáticas pero también por obstáculos interpretativos o culturales. La definición de recorridos informativos, específicamente dedicados a los diferentes grupos de extranjeros residentes en las ciudades italianas, tiene por lo tanto una fundamental importancia cuando se quieras favorecer el proceso de toma de conciencia y construcción de aquel capital social básico que los inmigrados necesitan para vivir en su nuevo contexto.

Por otro lado, la información sobre la cuestión migración y sobre las tradiciones propias de las diferentes comunidades extranjeras que hoy residen en muchas ciudades italianas, es igualmente importante para la comprensión y eventual aceptación de la diversidad por parte de las comunidades autóctonas.

Este tercer análisis de "buenas prácticas en Italia", realizado para el Observatorio MIUrb/AL, se propone por lo tanto de presentar unas iniciativas que han promovido el acceso de los inmigrados a la información y, al mismo tiempo, la comunicación y conocimiento mutuo entre extranjeros y italianos.

El soporte radiofónico ha sido, sin duda, el medio de comunicación más accesible a los inmigrados, tanto como escuchadores y como comunicadores. No sólo porque este instrumento tiene costos de producción muy bajos, pero también para las características del sistema radiofónico italiano mismo en el cual, además de unas grandes radiodifusoras nacionales, hay una multitud de emisoras pequeñas y medianas que aseguran una presencia territorial capilar.

Además, con respecto al sistema televisivo, el periodismo radiofónico tiene la ventaja de poder dirigir parte de su programación a un público de nicho, dado el menor vínculo de deber alcanzar necesariamente altos niveles de audiencia.

Desde el principio de los años ’90, un número creciente de radios locales ha comenzado a incluir en su programación transmisiones experimentales dirigidas a los inmigrantes y, en muchos casos, realizadas por estos mismos. Tratase principalmente de concesión de espacios periódicos a individuos, o organizaciones de inmigrados, interesados a prestar un servicio de información a sus comunidades o a su sociedad de acogida en general.

En un estudio del 2002 el COSPE (cooperación para el desarrollo de los países emergentes), que hacia años se ocupa de analizar las relaciones entre los medios de comunicación y la inmigración, ha contado 44 emisoras de radio que prevén, o han recién experimentado, por lo menos una iniciativa pluri-cultural y multilingüe en su programación, para un total de 70 programas de radio información dedicados a los inmigrantes o a la comunicación sobre las diferentes culturas presentes en el territorio.

Los promotores de las transmisiones multiétnicas

La iniciativa individual, sea por parte de italianos o de inmigrantes, es sin duda el impulso más común en la realización de iniciativas radiofónicas multiculturales. Sin embargo, la mayoría de esto tipo de programas no son basados sobre un proyecto editorial especifico, sino son el resultado del compromiso personal de un redactor, de un presidente de una cierta asociación, o de un mismo inmigrado, a menudo ya socialmente o políticamente activo. Frecuentemente hay casos en que la iniciativa nació simplemente desde la amistad y el conocimiento personal entre un trabajador de una radio y un inmigrado extranjero. De eso se sigue el carácter ocasional y temporal de muchas experiencias, inevitablemente vinculados a la disponibilidad de los conductores y redactores. No es insólito que un programa ya acabe por contingencias personales de los colaboradores: jóvenes que terminan su universidad y no tienen más tiempo da dedicar al programa, personas que se trasladan en otras ciudades o toman otros compromisos etc.
Igualmente cabe que se muden la nacionalidad de referencia o el idioma en el cual se transmiten las noticias, solo porque hay nuevos inmigrantes de otros países que remplazan aquellos no más interesados, o imposibilitados, a prestar sus servicios.
A pesar de todo, la intervención directa de inmigrados en los medios de comunicación, sin embargo es un señal positivo de abertura a los extranjeros residentes. Esto no debe ser leído como un acto de mera hospitalidad, sino como una oportunidad de participación en la esfera pública y un reconocimiento formal de la contribución que los inmigrados pueden ofrecer a la sociedad en general, a través su profesionalidad y voluntad de hacer conocer culturas y opiniones diferentes.
Asimismo de la iniciativa individual, otro actor central en la promoción de proyectos radiofónicos multiculturales es el tercero sector. En estos casos, la realización de estas trasmisiones usualmente hace parte de un proyecto político/cultural más amplio, que se relaciona a otras actividades sociales, solidarias y de voluntariado que las asociaciones involucradas ya desarrollan.
Finalmente, entre los promotores de tales iniciativas hay también algunas instituciones (municipalidades, provincias, regiones, embajadas), aunque su presencia sigue siendo minoritaria y, por lo general, vinculada a la colaboración (principalmente en forma de financiamiento) con el mundo del asociacionismo.

Los financiamientos

La gama de productos ofrecidos é muy amplia y diversificada, por lo tanto las inversiones necesarias a la realización de los programas son extremadamente desequilibradas, con profundas diferencias entre una radio y las otras
Para los inmigrantes, o sus comunidades, conseguir los recursos necesarios para fundar emisoras propias es muy difícil, y tampoco hay mucha disponibilidad de frecuencias radiofónicas que no sean ya ocupadas en el territorio nacional. Esto explica la fuerte tendencia a ocupar espacios (periódicos o una-tantum) en radiodifusoras ya existentes. El aporte económico a estas trasmisiones por parte del sector publico (municipalidad, provincia, región, la UE, Agencias de promoción territorial), aunque existente, es usualmente muy escaso.
Por otro lado, la connotación ideológica solidaria que caracteriza la mayoría de las iniciativas implementadas, hace prevaler los esfuerzos para perseguir la reducción de los gastos en lugar de la búsqueda de financiamientos externos y patrocinadores en el sector privado.

Sólo raramente, los programas financiados por la publicidad transmiten anuncios expresamente diseñados para un publico de inmigrantes, lo que señala cómo las potencialidades de este "nuevo mercado" sean aún ampliamente subestimadas.

Los operadores

En la mayoría de los casos, los extranjeros participan gratuitamente a la realización de los programas. Las tareas asignadas a los inmigrados pueden variar bastante, dipendentemente da la iniciativa en cuestión: desde la simple función de orador, que traduce las noticias en su idioma o ofrece servicio de interpretación, hacia la redacción y gestión autónoma de programas culturales, musicales o de información. En cualquier caso, raramente esta participación se vuelve en una formación profesionalizante que propicie la ocupación de los inmigrados en el sector de los medios de difusión.
El acceso de los inmigrados a los empleos en el mundo de la comunicación, especialmente en el caso de las emisoras locales, es relacionado más al su ser extranjeros que sobre una evaluación de sus formación y experiencia profesional especifica, de modo que resulta irrelevante que algunos de ellos han ya ocupado posiciones análogas en su país de origen. Entonces el voluntariado raramente se convierte en "profesión", en el sentido de trabajo acreditado y remunerado.

Contenido y destinatarios

Los programas de radio dirigidos específicamente a oyentes inmigrantes, son por la mayor parte transmisiones semanales o cotidianas de servicio (concebidas especialmente para los neo-llegados), en las cuales noticias y informaciones son propinadas en los idiomas propios de las comunidades más numerosas presentes en la especifica área del territorio donde la radio trasmite. Es el caso del programa en Albanés “Mall per Atdhene”, transmitido por Radio Inn de Piacenza y Radio4Peace de Bologna o del programa en idioma tagalog realizado por unas empleadas domésticas Filipinas por la emisora romana Radio Città Aperta, o tambien las dos oras de noticias en 5 idiomas + uno (serbio, albanés, árabe, francés, inglés + italiano) que Radio Sherwood de Padova transmite diariamente (un idioma diferente cada día) desde más de diez años.
Estas programas informativos multi-idioma
Tales programas de información multilingüe normalmente tratan de promover los derechos y la inclusión social de los inmigrantes, respetando sus diferencias culturales. Cobren noticias sobre el país de origen, hechos y detalles acerca de problemas que afectan a las comunidades locales, pero también informaciones sobre la legislación vigente en Italia, el mercado de trabajo, las políticas de vivienda, las modalidades de acceso a los servicios sanitarios, además de consejos sobre cómo enfrentar la compleja burocracia italiana
Muchas otras transmisiones son destinadas a un público más amplio, no limitado a una audiencia extranjera. El objetivo en este caso es hacer conocer a los italianos las culturas de los pueblos de origen de los inmigrados que viven entre ellos, en la lógica de promover el mutuo conocimiento y sensibilizar a la población local sobre los temas del multiculturalismo y de la inmigración
Utilizando el italiano como lenguaje común, estos periódicos radiofónicos, presentan los diversos aspectos de las distintas culturas de los inmigrados residentes, abordando temas que van desde la política hacia la religión a los estilos de vida, desde la literatura hacia la cocina. Discursos, debates y entrevistas son obviamente acompañados por repertorios de música étnica y no.

En ambos casos, estas iniciativas son importantes tanto para los inmigrantes y para los italianos. Por los primeros, pueden servir como apoyo en un momento difícil, si acaban de llegar, o como enlace con su propia historia, si son establecidos desde más tiempo en nuestro país, además de ofrecer una posibilidad de hacer sentir su voz. Para los segundos, constituyen una oportunidad de conocimiento y acercamiento a la diversidad cultural.

DOS EXPERIENCIAS CONCRETAS

Radio Popolare, entre las primeras a transmitir programas de inmigrantes.

Esta radio fue fundada como cooperativa en el 1976 por voluntad de representantes de partitos políticos y sindicatos de izquierda. Inicialmente transmitía utilizando las frecuencias de una radio de Milano, pero desde el 1992 se conectó en red con diferentes emisoras locales en todo el territorio nacional que hospedaban sus noticiarios y algunos de sus programas de punta. Desde el 1995 transmite en digital vía satélite y es escuchable en gran parte de Europa y de la cuenca mediterránea.

Radio Popolare es una emisora independiente y autónoma que considera el acceso a la comunicación y a la información derechos fundamentales de todos los seres humanos. El promedio de oyentes es actualmente de 264.000 por día. Desde el 1990 su presupuesto es enteramente financiado por los recursos obtenidos da i) cuotas accionarias populares adquiridas por los mismos escuchadores (hoy hay un total de casi 12,000 titulares de acciones de la sociedad ERREPI), ii) subscriciones voluntarias (entre 2005 y 2006 hubo un promedio de 14.500 subscripciones por año, equivalentes a c.a. 1.5 millones de euros/ año, el 40% del presupuesto total) y iii) publicidad (en los últimos dos años alrededor de 1.3miliones de euro por año) que es objeto de estrictos controles éticos antes ser aceptada para ser transmitida.

Ya en 1980 y hasta el 1990 fue experimentado con éxito un programa en árabe – Radio Shabi - emitido al aire una vez por semana (todos los viernes desde las diez hasta las once por la noche), mientras que la colaboración por parte de personas de origen inmigrante continuó crecer bajo la dirección de Rodrigo Andrea Rivas, periodista de origen chilena, que se quedó director de Popolare Network por tres años.

En este período hubo una fuerte componente latino-americana, tanto en los programas que entre los colaboradores. Se llevaron a cabo 2 transmisiones especialmente dedicadas a cuestiones que atañían a América Latina: *Los Aretes que faltan a la luna, t*ransmitido desde 1986 a 1990 semanalmente cada domingo por la tarde, era un programa de música, cultura y noticias sobre América Latina, presentado en italiano por guionistas latinos. *L'Altra America* era un ciclo de 10 episodios que narraban la historia del Continente Latinoamericano a través de sus personajes históricos. Fue un programa de gran éxito, y fue también utilizados como programa didáctico para las escuelas.

Todos los colaboradores Latinos eran ocupados en otros trabajos y prestaban servicio en estos programas multiculturales a titulo voluntario sin retribución. Entretanto el fenómeno migratorio en el país estaba cambiando, adquiriendo una configuración permanente y estructural por un lado y con un gran incremento de la gama de nacionalidades presentes en el territorio por el otro. El lenguaje italiano se volvió por lo tanto ser el idioma de comunicación más fácil y útil para los oyentes de origen inmigrante.

Desde el principio de los anos '90 fue entonces emitido al aire un programa semanal dedicado a los temas de la inmigración. Esta iniciativa no continuó por muchas temporadas, porque los editores se dieron luego cuenta que, confinando un tema tan complejo como lo de la inmigración en un espacio tan limitado (una hora por semana), había el riesgo de presentar la cuestión de manera demasiada victimista y lejana desde las verdaderas condiciones de vida de los inmigrados en Italia. Desde entonces los programas experimentados por Popolare Network en el tentativo de diversificar y ampliar los espacios ofrecidos a inmigrados fueron muchos. Cabe destacar una iniciativa del 1999 cuando la radio, como reacción a la creciente percepción, fomentada por los medios de comunicación, que "más inmigración significa más criminalidad" organizó un "festival de la canción italiana" entonada por ciudadanos inmigrados.

Ahora, desde más de dos años, la doble cita semanal de Popolare Network dedicada a las diversidades se llama "Toubab - ¡descubramos nuestros vecinos extra-ordinarios!". *Toubab* en idioma wolof (Senegal) significa *hombre (o mujer) blanco/a*, es decir el europeo, el occidental o, más generalmente el extraño, el diferente, el otro.

El jueves por la mañana la transmisión está dedicada a los reportajes: revelando historias cotidianas

estilos de vida, creencias y valores de las Comunidades extranjeras en nuestras ciudades, se intenta difundir un conocimiento socialmente relevante de la creciente multiculturalidad urbana. Según los editores, en las acciones y rituales cotidianos transcurre la vida concreta de la gente, en ella aparecen conflictos, logros, alegrías y tristezas que reflejan también el nivel de interacción y integración con la sociedad de acogida.
El jueves por la noche “Dj Toubab” enfrenta la cuestión migración a través de invitados extranjeros y su propia música, talvez muy rara y jamás escuchable en las radios comerciales. Los huéspedes, estrictamente extra-comunitarios (extra EU), son libres de hablar sobre lo que quieren: de su país de origen, de la experiencia en Italia y de sus sueños, sino también de sus dificultades de integración.
Popolare Network no tiene una política específica para promover la igualdad de acceso a los periodistas y operadores de origen inmigrante, y la colaboración sigue siendo siempre sobre una base voluntaria. Los guiones de Toubab son inmigrados de diferentes origines que ejercitan otras actividades profesionales en Italia: hay un profesor de inglés originario del Ghana, una acompañador turístico cubano, un inmigrado desde SriLanka que es guardián en un palacio milanés y entrenador de Cricket por un equipo de sus compatriotas, un peruano que trabaja como asistente social y un colombiano mantenedor de un complejo deportivo. A pesar de esto, sin embargo esta radio ha reconocido y reconoce el valor añadido de las personas inmigradas, valorizando su capital humano, lingüístico, social y su contribución a la comunicación intercultural.

Asterisco Radio

Desde un año y medio, existe la primera y hasta ahora unica Radio totalmente multiétnica, creada, de propiedad y administrada por inmigrantes que transmiten a través de Internet desde un garaje reequipado en las afueras de Bologna. Radio asterisco es una “world radio”, es decir una radio "universal", que habla en muchos idiomas y, por medio de Internet, está dirigida a todo el mundo.
Los promotores de esta iniciativas son dos Cameruneses, Raymon Dassi e Faustin Akafak. El Primero es graduado en Ciencias de la comunicación, es consultor independiente en comunicación y organiza cursos de periodismo intercultural, Mientras que el segundo ya tenía una buena experiencia en el sector, pues en Camerún trabajaba por la radio nacional (FM 94) y actualmente es empleado en la oficina de prensa de la región Emilia Romagna
El nombre *asterisco* deriva desde una campaña lanzada por los mismos autores para promover una más correcta información sobre el mundo de la inmigración, que incita: “Cuando leyendo cualquier periódico, usted encuentra informaciones incompletas o incorrectas sobre inmigración, marque el pasaje con un asterisco, y pida explicación a los autores”
Desde el 2003 «asterisco, el programa de las culturas otras" creado por los dos cameruneses, fue transmitido por unas emisoras locales de Bologna. "Se trataba -Indica Faustin- de una transmisión de 25 minutos. Espacios piensados por hablar de inmigración a partir desde cosas pequeñas. Un ejemplo: para nuestra cultura mirar en los ojos una persona anciana no es muy respetuoso, mientras que para un italiano es signo de franqueza". Otro ejemplo los apellidos: en nuestro país son los padres que eligen el apellido de sus hijos, según sus características, o para recordar algo»
En octubre de 2005, y ganan dos premios nacionales para la diversidad cultural en los medios de comunicación: Los dos inmigrados han invertido los 5 mil euros ganados y parte de sus ahorros personales, para crear Radio Asterisco, on-line dado que en Italia las frecuencias radio son todas ocupadas y no había recursos suficientes para comprar una de las emisora existentes
Trata-se por lo tanto una empresa de medios de comunicación completamente auto construida y autofinanciada. El garaje desde donde emiten, tiene ahora un cuarto insonorizados, mezclador y micrófonos de la última generación. Aquí el Príncipe de la montaña (Raymon) y el genio de la selva (Faustin) transmiten sus programas "de los nuevos ciudadanos para todos los ciudadanos"
El Equipo es formado por una docena de colaboradores, de Francia, Camerún, América Latina y España. La redaccion multicultural realiza el notiziario radio "Slow", es decir hablado en un italiano fácil y lento. Trata-se de una selección de Noticias publicadas en la prensa nacional y difundidas por asterisco radio explicando el significado de las palabras y los conceptos de manera que sean comprensibles para todos. Aunque la mayoría de los programas sea en italiano, hay transmisiones en chino, francés y español. Por ejemplo *AZ3*, el programa que guía y ajuda los chinos en el laberinto de la burocracia italiana, o *Enchanté*, "Enciclopedia" de música francesa, y *Kontiky*, los viajes al descubrimiento de las Américas, realizado por un Peruano. Y también hay el diario de eventos culturales en la ciudad y la rubrica de "World Music".
Además de la radio, en Abril de 2007 nació "il tamburo" (el tambor) un periódico de 20 páginas distribuido gratuitamente en la ciudad de Bologna cada jueves.

Conclusiones

A pesar de que los promotores de estas iniciativas sean italianos o extranjeros, individuos o asociaciones, lo que cuenta es la voluntad demostrada de dar más presencias a los inmigrados y mayor cobertura a los temas que los atañan en los medios de comunicación, enriqueciendo el panorama cultural italiano con nuevos idiomas, opiniones, ideas, sabores y sonidos.
La oferta multicultural en la radio se ha revelado un instrumento importante por la primera acogida de los inmigrantes (especialmente para su función de información) como también pare promover la interacción y profundización del conocimiento reciproco entre italianos y extranjeros. Los programas radiofónicos dedicados y/o presentados por inmigrados pueden ser un primer paso, tímido pero importante, hacia la construcción de una sociedad que reconozca y respecte las diversidades, en la cual las diferentes nacionalidades tengan iguales derechos de ciudadanía.
Sin embargo, el activismo social y el voluntarismo solidario que caracterizan la producción por/de inmigrantes, después de haber tenido un papel vanguardista, no es hoyendía más suficiente para promover y mantener políticas de convivencia y integración en una sociedad donde diversidad y multi-etnia se están volviendo elementos estructurales. El enfrentamiento y la coexistencia pacífica entre las culturas está destinado a caracterizar nuestras ciudades cada vez más ampliamente. Esto requiere el esfuerzo, por parte de todos los actores sociales involucrados en la esfera pública y, entre estos, sobre todos los medios de comunicación, para superar el carácter ocasional de estas iniciativas y actuar proyectos editoriales más conscientes y estratégicos

Bibliografia

AAVV (2002) *l'offerta multiculturale nella stampa, tv e radio in Italia*. Cospe, Firenze
AAVV (2006), *Radio Popolare: trent'anni.* Errepi News No 33, Dicembre 2006, Milano.
Baudet vivano P., Moccaldi C. (2007) *Immigrati on-air.* In "D": la Repubblica delle donne, 24 marzo 2007
Bignami S. (2007), *Radio Asterisco, così va in onda il sogno multiétnico*, La Repubblica, 6 abril 2007-07-22

Links:

www.radiopopolare.it
www.asteriscoradio.com
www.cospe.it/