

**Tractament  
dels immigrants  
no comunitaris  
als mitjans de  
comunicació  
a Catalunya**

**2000**



**MIGRACOM**  
Universitat Autònoma de Barcelona

**Observatori  
MIGRACOM**

*Grup de recerca*  
**Migració i Comunicació**

**Direcció**  
Nicolás Lorite

# 1. Introducció

Informar dels processos migratoris no és fàcil. Tampoc ho és parlar de la integració social i cultural dels immigrants en las comunitats receptores. Un tractament inadequat de la informació pot generar comportaments racistes.

Davant d'aquesta situació, ¿quin hauria de ser el tractament informatiu normalitzador dels immigrants? Trobar la resposta a aquesta pregunta és un dels objectius del Grup de Recerca Migració i Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (Migracom) des del seu naixement l'any 1995.

Estudis com *Tractament de la Immigració no comunitària als mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) a Catalunya, 1996*, impulsat després de la signatura del Conveni sobre la Protecció de la Cultura i la Imatge de les Minories Ètniques als Mitjans de Comunicació Social, signat pel Departament de Benestar Social de la Generalitat de Catalunya, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i els mitjans de comunicació el 15 de febrer de 1995, va evidenciar el tractament negatiu que reben els immigrants no comunitaris.

Quatre anys més tard, Migracom analitza la vigència d'aquells plantejaments i proposa solucions a nous problemes. Una de les necessitats observades en aquell primer treball va ser la manca de metodologies adequades per estudiar el tractament de la migració als mitjans de comunicació. Omplir aquest buit és un dels objectius del Grup Migracom, que es concreta en la selecció d'unes metodologies qualitatives i quantitatives per a l'anàlisi dels diferents elements del missatge (text, so i imatge) que siguin útils per precisar al màxim el valor objectiu del tractament. D'aquesta manera s'evitaria caure en les apreciacions subjectives, les suposicions personals o les derivacions ideològiques.

Després d'analitzar el tractament informatiu dels col·lectius d'immigrants a premsa, ràdio i televisió, sota aquests criteris metodològics, arribem a la conclusió que l'any 2000 és tant negatiu com el 1996, data de la realització del primer estudi. La diferència és que en l'actualitat s'ha multiplicat per vuit la quantitat d'informació sobre immigració no comunitària.

A continuació analitzem el tractament des de les peculiaritats informatives i lingüístiques de cada mitjà i des de criteris qualitius i quantitius, i proposem, al final de l'estudi, com es pot tractar el col·lectiu immigrant amb criteris de qualitat informativa.

## 2. Objectius

Els objectius principals d'aquesta investigació són:

1- Detectar el tractament informatiu que s'atorga a la immigración no comunitària als mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) a Catalunya.

2- Definir els criteris que s'utilitzen per valorar objectivament aquest tractament a cada mitjà i de manera transversal a tots tres.

3- Experimentar i precisar una metodologia qualitativa i quantitativa, capaç d'aprofundir tant en el més específic com allò més general, és a dir, en les peculiaritats informatives de cada mitjà amb el seu llenguatge i en determinades constants narratives de tots tres.

4- Extreure una sèrie de resultats qualitius i quantitius per cada mitjà analitzat.

5- Proposar una metodologia per estudiar aquest col·lectiu social de la forma més objectiva possible.

6- Suggestir, a partir de tot això, un tractament informatiu adequat.

### 3. Justificació

Aquest estudi s'ha d'entendre com una eina al servei d'un procés informatiu normalitzador. Aquest procés s'explica en l'esquema següent:

Signatura Conveni	<b>Estudi 1996</b> sobre el tractament informatiu de la immigració	Manual d'Estil 1996 del Col·legi de Periodistes	Diferents actuacions Pedagògiques, periodístiques, i polítiques	<b>Nou estudi 2000:</b> Revisió del tractament	Noves propostes d'actuacions, pedagògiques, periodístiques i polítiques
----------------------	--	---	---	--	---

Els indicadors obtinguts pretenen ser una eina de referència per a periodistes, professors de periodisme, polítics i altres persones implicades, directament o indirecta, en la presa de decisions relatives al tractament informatiu idoni de la immigració en l'actualitat.

Ja a l'estudi del 1996, el Grup *Migracom* va efectuar l'estudi *Tractament de la Immigració no comunitària als mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) a Catalunya, 1996* seguint aquests criteris. En aquell moment va ser un estudi que va suposar l'aplicació dels criteris establerts al conveni signat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, els mitjans de comunicació social i el Departament de Benestar Social de la Generalitat de Catalunya el 15 de febrer de 1995. El Conveni sobre la Protecció de la Cultura i la Imatge de les Minories Ètniques als Mitjans de Comunicació Social estableix la necessitat "d'impulsar estudis generals sobre la influència dels mitjans de comunicació en l'opinió pública, en especial pel que fa referència a la conscienciació social en relació a les minories ètniques" dins el marc de l'Any Internacional per la Tolerància.

Va ser un estudi encarregat pel Departament de Benestar Social de la Generalitat de Catalunya que va servir com a suport per activar el Manual d'Estil del Tractament de les Minories Ètniques del Col·legi de Periodistes. Quatre anys més tard convé revisar-ne el tractament i ajustar les mesures oportunes des de, com a mínim, els tres sectors emprats: pedagògic, periodístic i polític.

## 4. Metodologia

### 4.1. Mitjans seleccionats i criteris

L'anàlisi del tractament dels immigrants no comunitaris es fa a partir de la selecció de mitjans de comunicació social de difusió a tot Catalunya i d'acord amb els criteris següents:

- Selecció de programes informatius, radiofònics i televisius de màxima audiència i incidència a Catalunya, a cadenes públiques i privades
  
- Informatius televisius del vespre, de dilluns a divendres i de cap de setmana a *Televisió de Catalunya (TV3)*, *Antena 3*, *Tele 5* i *Televisión Española (TVE)*.
  
- Informatius radiofònics del vespre de dilluns a divendres a *Catalunya Ràdio* i *Cadena SER*.
  
- Selecció de pàgines d'informació d'actualitat als diaris de difusió i venda a tot l'àmbit català: *Avui*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya* i *El País*.
  
- Selecció d'un període anual de màxima producció d'informació d'actualitat:
  - .- Des del dilluns 22 de maig fins al diumenge 18 de juny de 2000.
  - .- Des del dilluns 6 de maig fins al diumenge 2 de juny del 1996.

Són períodes anuals considerats de màxima activitat a tots els mitjans de comunicació, durant els quals treballa tota la plantilla i sense festius llargs que puguin interrompre les rutines productives dels periodistes. Són períodes, a més, acompanyats d'una activitat social i laboral que es pot definir com a normal.

## 4.2. Elements no seleccionats i criteris

Queden fora d'aquesta anàlisi altres períodes anuals, de vacances o pròxims a les vacances – juliol, agost, setembre o desembre per exemple-, per considerar-los irregulars en la producció d'informació d'actualitat on predominen els denominats “colobrots” d'informatius o notícies amb un tractament de temps i espai superior a l'habitual per la seva espectacularitat en moments de fluxos baixos de notícies.

No s'han seleccionat ni estudiat altres programacions informatives i no informatives dels mitjans audiovisuals ni tampoc altres continguts com els suplementos setmanals dels diaris. Incloure-hi tots aquest material és una tasca prevista per a futures fases d'aquesta recerca, que pretén aprofundir en el tractament de la immigració no comunitària des de les diferents perspectives de la producció i de la recepció dels missatges informatius.

En el cas dels telenotícies s'ha exclòs l'horari de migdia a l'estudi de 2000. Vam descobrir que la selecció de dos informatius de la mateixa cadena el mateix dia no permet aprofundir més en l'anàlisi de les informacions perquè els seus continguts són pràcticament idèntics.

### **4.3. Eines metodològiques**

S'efectua una anàlisi quantitativa i qualitativa dels materials seleccionats, així com una específica per mitjans i llenguatges.

L'anàlisi quantitativa permet obtenir els percentatges de temps total destinat a notícies d'immigració. També permet comparar-los amb els obtinguts per altres blocs temàtics.

L'anàlisi específica per mitjans i llenguatges permet aprofundir determinats aspectes que es mostren a continuació.

### **4.3.1.- L'anàlisi textual en premsa**

L'anàlisi textual de la informació als diaris d'informació general hi considera elements diversos com són:

- titulars,
- avantítols,
- subtítols,
- caràcter del lèxic emprat,
- fonts informatives,
- seccions on es publica la informació,
- caràcter temàtic i
- intertextualitat,

Cal especificar que per intertextualitat considerem la informació que envolta aquella que és el nostre objecte d'estudi, en aquest cas les unitats informatives sobre fluxos migratoris, màfies d'immigració i reforma de la Llei d'Estrangeria.

L'anàlisi ens ha proporcionat dades com el caràcter negatiu gairebé generalitzat, la manca de varietat en la temàtica desenvolupada i la uniformitat de les fonts informatives on detectem quasi una absència directa de l'immigrant. De fet, no apareix com a subjecte que realitza una acció sinó com a objecte directe o indirecte de les accions governamentals i de les forces de seguretat de l'estat. Altres dades que podem extreure d'un primer estudi de la mostra és l'ús d'un lèxic clarament negatiu i una intertextualitat basada en temes de successos i en el debat polític nacional és la que envolta les unitats informatives sobre immigració no comunitària.

Aquests resultats no ens deixen parlar de tractament informatiu de qualitat, perquè el caràcter negatiu de les unitats narratives pot contribuir a una concepció social del lector basada en estereotips i falses creences desenvolupades a partir del desconeixement que hi projecta aquesta informació.



### **4.3.2.- L'anàlisi visual en premsa: fotografia**

L'anàlisi de la fotografia a la premsa es basa en els criteris següents:

**1. Criteris quantitativs:** es pretén trobar alguna relació, si hi és, entre aspectes diversos:

- tècnics (profunditat de camp, tipus d'objectius, punt de vista...)
- fotoperiodístics (funció de la fotografia, fonts...)
- disseny (relacions amb altres fotografies, situació espacial...)

L'objectiu d'aquesta anàlisi és determinar l'existència d'algun vincle entre algun/s d'aquests criteris i la lectura o la percepció de la fotografia.

**2. Criteris de relació fotografia-text:** en aquest segon àmbit d'anàlisi s'estudia si el missatge que ens pot donar el titular, el contingut de la notícia i el peu de foto és el mateix que el que ens proporciona la fotografia: Identificarem, doncs, si són complementaris o si, ben al contrari, no tenen cap relació.

**3. Criteris qualitativs:** en funció de les dues anàlisis anteriors i dels conceptes d'imatge integradora, valorarem si las fotografies publicades en els diferents mitjans tenen un tractament positiu o negatiu.

A partir d'aquests criteris es poden determinar algunes primeres conclusions. Respecte a l'estudi del 1996, els aspectes que més determinen el tractament fotogràfic ja no tenen relació amb el llenguatge tècnic propi de la imatge sinó a la seva relació amb el text que l'acompanya. I d'altra banda, les fonts fotogràfiques presenten una uniformitat absoluta: el 40% són imatges d'un únic reporter i el 30% de l'Agència *EFE*.

### **4.3.3.- L'anàlisi visual en premsa: disseny gràfic**

El disseny gràfic és una novetat com a àrea d'estudi en el present treball. Això implica una major dificultat a l'hora d'establir els criteris d'anàlisi. S'ha decidit considerar dues hipòtesis de treball:

- la informació sobre immigració és igual a la denominada rellevant.
- la informació sobre immigració és diferent a la denominada rellevant.

A partir d'aquestes hipòtesis, es diferencien 4 nivells d'anàlisi de la informació:

**Nivell 1:** anàlisi de la **MACROtipografia de la publicació**. S'observen les variables de quantitat, posició, mida i aspecte de la tipografia.

**Nivell 2:** anàlisi de la **MACROtipografia de la pàgina**. Les variables que s'observen són la quantitat, la posició, la mida i l'aspecte de la tipografia.

**Nivell 3:** anàlisi de la **MACROtipografia de la unitat informativa**. Variables que s'observen: quantitat, posició, mida i aspecte.

**Nivell 4:** anàlisi de la **MICROtipografia del text base**. En aquest nivell s'avalua el text base en funció de la seva legibilitat. Les variables a considerar són el cos, l'interlineat, la mida, la font i la justificació del text.

#### **4.3.4.- Televisió informativa: estructura i contingut**

Es controla, en primer lloc, el temps atorgat a la unitat informativa i l'ordre que ocupa a l'escaleta del telenotícies per obtenir criteris comparatius entre cadenes. La mesura del temps ens ajudarà a establir, si és possible, una durada mínima indispensable per a què una unitat informativa expliqui un tema de forma correcta i adequada. L'ordre de la unitat dins l'escaleta ens informará del tractament i el posicionament ideològic de la cadena respecte al tema de la immigració.

Es contempla l'anàlisi de les dues parts de la unitat informativa televisiva: entradeta (si existeix) i vídeo informatiu.

**1.- Entradeta:** anàlisi de la imatge i la banda sonora de la presentació. Caldrà parar atenció a l'entorn de la figura del presentador per desxifrar les possibles connotacions dramàtiques, valoratives o merament informatives respecte el contingut real del text. L'actitud del presentador, enunciativa o interpretativa, pot oferir lectures diferents en funció de les seves focalitzacions gestuals i acústiques. Es controla també la jerarquitització temàtica.

**2.- Vídeo informatiu:** cal definir el gènere de la peça i avaluar la procedència de les imatges per obtenir valors que informin de la sincronia i la diacronia entre la banda sonora (sobretot el text del periodista) i el missatge visual. De la mateixa manera que amb l'entradeta, es fa servir la tematització per comprovar si existeixen tractaments audiovisuals seguint determinats guions (detencions, actuació policial, fluxos, màfies...) de forma i de continguts repetitius. Interessarà esbrinar quin tipus d'imatges i de paraules es mostren quan es tracten cadascun dels temes i, per tant, quin aspecte es projecta de la immigració.

#### **4.3.5.- Televisió informativa: anàlisi de la imatge i de la seqüència audiovisual**

Les variables considerades en el model proposat tenen present la imatge emesa, la imatge concreta de l'immigrant i la parla d'aquest.

**1.- Imatge:** la distància de la càmera marca un pes específic de l'escenari i el context respecte a l'actor. Per contra una major proximitat de la càmera fa destacar l'individu sobre el context. Cada tipus de pla, general, mig... oferirà una lectura diferent de l'escena.

**2.- Imatge de l'immigrant:** s'observa la no diferenciació de l'immigrant dins un conjunt homogeni i la diferenciació clara de l'individu amb els seus trets facials dotats d'expressivitat.

**3.- Parla de l'immigrant:** en l'àmbit sonor només s'examina l'absència o presència de l'individu com a font d'informació acreditada pels mitjans, perquè la inclusió de parla marca una diferenciació discursiva en grau superior a la proporcionada pel discurs visual, suposa un salt qualitatiu important.

A partir d'aquestes variables s'atorguen diferents graus o valors a cada pla, prioritzant sempre la presència de parla sobre la imatge:

**Grau 1.** Pla de detall.

**Grau 2.** Pla general i pla mig.

**Grau 3.** Primer pla i *close up*.

**Grau 4.** Graus 1, 2 i 3 quan l'immigrant parla.

### **4.3.6.- Televisió informativa: estructura del discurs**

Proposa la determinació de:

**-La macroestructura temàtica:** desglossament de tot el contingut dels textos i la seva classificació en categories semàntiques (temes o tòpics).

**-La macroestructura esquemàtica:** relativa a l'organització i el funcionament de les narratives, relacionant cada element de l'estructura esquemàtica amb un tema de l'estructura temàtica. L'anàlisi involucra també l'establiment de "microestructures" mitjançant la identificació de les relacions entre context, text, imatge i so.

Aquesta anàlisi permet treballar l'exemple de la imatge de l'immigrant a través de notícies seleccionades. L'aplicació d'aquesta proposta d'anàlisi fa creure que es fa necessari un desglossament i una (des)construcció del discurs televisiu, construït pel programa audiovisual.

Es presenta la següent proposta:

- Classificació de dades (notícies sobre immigrants)
- Tipus de formats noticiosos

#### **Procediments d'anàlisi: (3 etapes)**

1. Identificar les unitats discursives que conformen l'estructura informativa (el programa, la parla del presentador, els fragments de parla dels entrevistats...) per identificar la interacció dels elements de la notícia (text, imatge i so).

2. Verificació en el text audiovisual de la interacció entre el presentador/reporter i el telespectador en la construcció de la imatge de l'immigrant a través dels elements extralingüístics.

3. Seleccionar unitats informatives sobre un mateix fet referencial per observar els diferents tractaments informatius possibles i que ens proporcionarà una visió comparativa dels discursos dels diferents emissors.

#### **4.3.7.- Anàlisi del so a televisió**

El tractament homogeni que els mitjans realitzen de les informacions sobre immigració des del punt de vista sonor dificulta el disseny d'algun tipus de modelització formal que sigui capaç de diferenciar-les. Pràcticament, l'únic recurs sonor utilitzat és la pròpia font emissora d'informació acompanyada del so ambient.

Tot i això es dissenyen dos instruments que ajuden a conèixer millor el tractament sonor de la informació: l'índex de problematització i el factor de modelització sonora.

**1. Índex de problematització.** Ve determinat per la comparació de durades mitjanes entre notícies de contingut sobre immigració i les que no ho són.

**2. Factor de modelització.** Té relació amb la presència o l'absència de la veu de l'immigrant a la informació en relació a la resta de fonts informatives que s'inclouen en els discurs: periodistes, habitants autòctons afectats per la immigració i representants d'aquests afectats.

El tractament sonor que es dona als temes d'immigració pot venir donat per la relació entre l'índex de problematització i el factor de modelització. Es podrà valorar globalment el tractament a través de dues xifres simples:

- Un índex temporal que pren com a referent la unitat informativa.
- Un índex modelitzador en funció de la font informativa utilitzada.

Un altre possible instrument d'anàlisi seria el temps acumulat de presència sonora dels immigrants davant el temps total de presència sonora dels autòctons en informacions sobre immigració.

#### **4.3.8.- Anàlisi de ràdio informativa**

L'anàlisi se centra en la presentació i el tractament de la informació en cadascuna de les peces, com a entitats independents en un programa informatiu. S'apliquen els següents criteris:

**1. Aprofundiment en l'estructura de la unitat d'informació.** S'han de determinar:

- Les dades que apareixen a l'entrada i al tancament de la informació, independentment del gènere informatiu seleccionat per l'emissora.
  
- La interrelació entre l'entrada, el tancament i el cos de la unitat d'informació, per tal de poder definir quin és el tema principal.
  
- S'haurà d'observar de quina manera la fragmentació afecta a l'índex de contextualització, element necessari per a la comprensió de la informació.

**2. Definició de les fonts orals** que complementen la informació o aporten dades noves. Una primera tipologia seria separar les veus institucionals de les que pertanyen a agents socials.

**3. Anàlisi dels enllaços** que l'editor elabora per a la connexió d'unitats temàtiques, tant a nivell formal com de continguts.

**4. Anàlisi del contingut**, on l'adjectivació resulta primordial per poder establir la perspectiva des de la qual és presentada la informació.

## **5. Marc conceptual**

### **5.1 Tractament informatiu de qualitat**

Un dels objectius principals d'aquesta investigació és precisar objectivament la valoració que s'atorga al tractament informatiu dels immigrants.

Ja des de l'estudi del 96 vam considerar que un tractament adequat, idoni, ètic, i per tant positiu d'aquest col·lectiu, és sinònim de qualitat. Això vol dir que el millor tractament informatiu dels immigrants no comunitaris és el que fa servir tota una sèrie d'elements periodístics, gramaticals, textuais, visuals i sonors amb el corresponent contrast objectiu, metodològic i teòric que requereixen.

El tractament és positiu, bo o idoni quan la notícia està contrastada, declina l'opinió en totes les fonts existents i s'utilitzen les narratives visuals, sonores i textuais des de tots els punts de vista possibles. Per tant, tractar bé o adequadament, al col·lectiu immigrant no significa informar només d'aquells aspectes en què la temàtica sigui considerada generalment com a positiva per a tot tipus de societat i cultura, com les seves celebracions festives per exemple. Caldrà informar de qualsevol esdeveniment relacionat amb la seva realitat immediata, inclosa la festiva, tractat amb els criteris de qualitat informativa objectius que neixen d'un ús divers de fonts informatives i punts de vista audiovisuals i textuais, pensats en una recepció plural dels missatges. Això vol dir que el criteri de qualitat informativa és multivariable i neix de diferents indicadors quantitius i de criteris qualitius construïts tant des de la producció com des de la recepció dels missatges.

En el cas de la premsa parlem d'unitats informatives de qualitat quan es tracta de relats de fets informatius referents o relacionats amb la immigració no comunitària. La base és l'equilibri del caràcter de la tematització i la intertextualitat (positiu/negatiu), la variabilitat de temes abordats a partir d'una diversitat de fonts i l'adopció d'una estructura informativa jerarquitzada i un llenguatge no favorable a la creació d'estereotips i/o creences que tendeixen a distorsionar la cognició social sobre la identitat cultural de l'immigrant.



## **5.2 Unitat informativa: Eix central de l'anàlisi**

La unitat informativa és l'eix central de l'anàlisi, és la peça base a partir de la qual extraurem les nostres conclusions. És el criteri principal a considerar en el moment de seleccionar els criteris òptims per a l'anàlisi del tractament informatiu del col·lectiu immigrant.

Atorguem una importància fonamental a la unitat informativa perquè és la primera a saltar a l'escena mediàtica i a transmetre a l'opinió pública una realitat concreta. Aquestes informacions punteres són seguides dia a dia per una audiència àvida de noves dades al respecte. Els telenotícies continuen aconseguint índex d'audiència importants. L'impacte és immediat, així com la recerca d'ells per part del telespectador. La mateixa dinàmica es produeix entre els diaris i els seus lectors o la ràdio i els seus oients, busquen què hi ha de nou i volen que se'ls ofereixi de la manera més fàcil, clara, concreta i directa possible. Això vol dir que aquestes unitats són, a més a més, productes que se subministren en funció de fórmules de presentar i redactar molt simples i estrictes, universals, i clàssiques que s'han utilitzat, gairebé de la mateixa manera, des de l'inici del periodisme, perquè combinen simplicitat amb eficàcia comunicativa.

Considerem, per tant, que la formació de l'opinió pública sobre determinats col·lectius com els immigrants no comunitaris, parteix de la informació d'actualitat que ofereixen aquestes unitats informatives diàries. Després d'aquestes primeres informacions emergeixen altres productes audiovisuals i escrits (reportatges i entrevistes, tertúlies, opinions, fins i tot novel·les i ficció televisiva i cinematogràfica) que poden aprofundir en els continguts inicials, i reorientar o matisar el tractament informatiu, ètic i ideològic atorgat a la unitat informativa inicial. Difícilment, però, alteren l'impacte que provoquen en els receptors aquestes primeres impressions concises i immediates de la realitat com són les unitats informatives.

### **5.3 Actualitat, noticiabilitat i instantaneïtat**

A la recerca del 96 precisàvem alguns criteris sobre noticiabilitat i actualitat que reprenem ara en aquest estudi (Lorite (dir), 1996: 7-9):

“ Qualsevol esdeveniment mundial, nacional o local, guanya el seu corresponen cànon de noticiabilitat i surt finalment a la pantalla del televisor i a la portada dels diaris, en funció de certs criteris econòmico-periodístics (homogenització i racionalització dels processos productius de la informació) i socio-comunicatius: ideologia professional, àmbit d’incidència i notorietat del subjecte de la informació... Els fets socials guanyen noticiabilitat quan són conflictius. Sense aquest grau de conflictivitat, mesurat en funció de la seva component anormal o disfuncional, és pràcticament impossible sortir als espais destinats a la informació d’actualitat...

..... Noticiabilitat es complementa amb actualitat. Una definició que compartim en aquest sentit és la següent: “Se define como tiempo presente. Un tiempo que desde la perspectiva de la radio y de la televisión ha logrado su cumplimiento pleno con la información en directo de los acontecimientos» (Cebrián Herreros, 1983: 220). És actualitat “un suceso de estricta contemporaneidad o de algún hecho que -sin ser producido en el tiempo presente- recobra este significado por la interpretación informativa o, simplemente, por estar conectado con algo que ha sucedido aquí y ahora. En este sentido se puede actualizar informativamente algo que ha sucedido hace tiempo o que todavía no ha acontecido” (Brajnovic, 1991:169)...

## **5.4 Unitat informativa, unitat notícia**

Seleccionem informacions que parlen sobre immigració no comunitària, dins el període analitzat, indistintament que tinguin la categoria de notícies d'actualitat. Aquestes informacions, les anomenem: unitats informatives.

Seleccionem una sèrie d'informacions sobre un col·lectiu social determinat, durant un període anual concret, i de les quals algunes compleixen tots els criteris necessaris per ser considerades notícies d'actualitat, però d'altres no. Per tant, només algunes informacions poden ser actuals, instantànies i noticiables però altres complementen i matisen diferents dades i qüestions que llavors van ser actualitat. Aquest és el cas de la Llei d'Estrangeria. Durant el període analitzat apareixen noves informacions sobre aquest tema que són actuals, però no deixen de ser matisos sobre un tema que va saltar a la palestra informativa, fa ja uns quants anys.

## **5.5 Unitat informativa en premsa, ràdio i televisió**

En el cas de la premsa considerarem unitat informativa a tota aquella estructura gramatical amb significat que ens porti informació intel·ligible sobre la immigració no comunitària actual. Inclourem per tant, fins i tot, unitats reduïdes com són els titulars quan aquests es troben sols sense cap desenvolupament de la informació que presenten, per exemple, quan anuncien a la portada del diari una notícia que més tard es desenvoluparà a la secció adient.

En el cas de la ràdio i la televisió les unitats informatives són cada una de les peces en què es fragmenta un informatiu com a entitats independents i desenvolupades, fragmentació que ve delimitada, generalment, per la introducció i l'acomiadament del conductor o conductora del programa, menys quan es tracta d'un bloc de notícies encadenades. Segons aquest criteri no hem considerat unitats informatives els titulars de portada i l'acomiadament dels informatius. Malgrat tot, sí hem considerat unitats informatives aquelles que desenvolupa el mateix conductor o conductora del programa, directament, després de tancar una notícia i d'introduir-hi la següent, sense cap suport d'imatges, en el cas de la televisió, ni talls de veu, en el cas de la ràdio.

## **5.6 Unitat informativa i unitat temàtica**

Les unitats informatives se seleccionen si fan referència al col·lectiu estudiat (immigració no comunitària), independentment dels qualificatius emprats als titulars per identificar-ho i que s'ajustin més o menys a l'actualitat.

## 6. Conclusions i propostes

### 6.1. Conclusions generals

- Després d'analitzar el tractament informatiu de la immigració no comunitària a premsa, ràdio i televisió, durant el període anual estàndard de producció informativa seleccionat (del 22 de maig al 19 de juny de 2000), i segons la metodologia i el marc conceptual delimitat, arribem a la conclusió general que **és negatiu**.

- Podem afirmar que és negatiu i no arriba als mínims de qualitat informativa perquè a tots i cadascun dels mitjans analitzats i als seus respectius llenguatges textuals i audiovisuals, d'acord amb els instruments metodològics i als conceptes teòrics objectius aplicats, hem observat que el col·lectiu d'immigrants és només un número, que ingressa en pasteres, no parla i tampoc té identitat.

Sobre aquest particular entrem més en detall a continuació:

#### **6.1.1. Premsa**

- Detectem una manca d'un equilibri entre el volum d'informació publicada sobre immigració no comunitària i la presència d'aquesta en qualitat de subjecte actiu i font informativa dels fets narrats.

- Les unitats informatives sobre la immigració no comunitària tan sols pertanyen a tres nuclis temàtics bàsics: social (on el tema fonamental és el de les conseqüències socials), polític (on el tema central és la legislació en immigració) i econòmic (on preocupa la situació laboral de l'immigrant al territori espanyol).

- Predomina a les unitats informatives analitzades un lèxic (substantius, adjectius qualificatius i verbs) referent a situacions problemàtiques o de conflictes, relacionades amb la immigració no comunitària.

- Hi ha l'existència d'una diferència quantitativa, respecte de l'any 1996, expressada mitjançant un increment considerable d'unitats informatives publicades sobre immigració no comunitària als diaris d'informació general a Catalunya. L'existència d'una diferència qualitativa, respecte de

l'any 1996, expressada a través d'un canvi temàtic significatiu de la informació i el seu corresponent tractament. Aquestes dues afirmacions ens permeten concretar més amb les següents conclusions:

\* Els diaris d'informació general a Catalunya han augmentat considerablement la publicació d'unitats informatives referents a la immigració no Comunitària en un període temporal de quatre anys.

\* El diari d'informació general que més unitats informatives ha publicat sobre la immigració no comunitària ha sigut *El País*, seguit d'*El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* i *Avui*.

Aquesta diferència numérica també s'acompanya, al mateix temps, d'un major nombre d'unitats informatives sobre immigració publicades en portada.

\* Els nuclis temàtics que compten amb més unitats informatives sobre immigració no comunitària són, per ordre de major a menor importància quantitativa els següents:

- La immigració no comunitària a l'àmbit social.
- La immigració no comunitària a l'àmbit polític.
- La immigració no comunitària a l'àmbit econòmic.

\* El tema majoritàriament tractat dintre de l'àmbit social ha estat el de les conseqüències socials de la immigració, on han rebut especial rellevància tots els temes relacionats amb l'arribada contínua de fluxos migratoris, les característiques amb què es produeixen i totes les circumstàncies que ho envolten (com poden ser els processos de detenció, repatriació, etc., posteriors a arribar al destí).

\* La superioritat quantitativa de l'àmbit social també s'associa a un tractament informatiu més complet, ja que les unitats informatives que pertanyen a aquest nucli temàtic compten amb un major nombre de fotografies, avantítols i subtítols.

\* Les unitats informatives pertanyents a l'àmbit polític tracten majoritàriament el tema de la legislació en immigració no comunitària, i és la Reforma de la Llei d'Estrangeria el tema que compta amb un major nombre d'unitats informatives publicades.

\* La superioritat quantitativa dels temes sobre legislació en immigració també va acompanyada d'un tractament informatiu caracteritzat per la incorporació de més fotografies.

\* Les unitats informatives pertanyents a l'àmbit econòmic tracten majoritàriament el debat polític que envolta la regularització laboral de la població immigrant no comunitària.

\* Aquesta superioritat quantitativa de les unitats informatives sobre els fluxos migratoris i les circumstàncies que els envolten, la legislació sobre immigració i el debat polític al voltant de la situació laboral de la població immigrant, etc., ens mostra una vessant predominant de la labor informativa des del punt de vista de la recepció, i per això es mostren tots aquells assumptes que interessen als països receptors d'immigració no comunitària.

Aquesta vessant periodística predominantment receptora es reflecteix també al tractament informatiu que rep la informació sobre immigració no comunitària de la següent manera:

- Els titulars s'erigeixen com unitats informatives on es condensen les principals dades sobre els temes dels fluxos migratoris, la Llei d'Estrangeria i el debat polític sobre les qüestions laborals que envolten a la població immigrant.

- Encara que la unitat de referència majoritària de la immigració no comunitària als titulars és immigració/immigrants, hi trobem també una lleugera tendència a substantivar adjectius qualificatius i expressions que defineixen, des del punt de vista de la recepció, condicions i característiques de la població immigrant que poden contribuir al desenvolupament d'estereotips i falses creences en el lector. Així doncs, la població immigrant sovint són *irregulars, morts, estrangers, "sense papers", il·legals*, però també *xifres, concentracions, centenars, milions, problemes, drama, etc.*

- El lèxic incorporat, tant als titulars com al cos de les unitats informatives (substantius, adjectius qualificatius, verbs) adopta una tendència a classificar-se i repetir-se temàticament d'acord amb els temes més tractats, així com a aportar un significat negatiu o de conflicte: *pastera, aventura, màfia, "golpes", delinqüència, autopsia, vetar, rebuig, repatriar, detenció, "recortar", i·llegal, etc.*

- Els subjectes de les accions presentades als titulars i narrades al cos de les unitats informatives, no són majoritàriament la població immigrant, sinó que aquests sovint es

converteixen en objectes directes o indirectes de les accions narrades que realitzen *el govern i les forces polítiques i sindicals, subjectes pertanyents a l'àmbit educatiu i econòmic, associacions i ONG vinculades a millorar la situació de la població immigrant*. Aquest fet cal relacionar-lo amb aquesta vessant receptora de la labor periodística de la qual hem parlat, i és per aixó, que tothom opina i té alguna cosa a dir sobre la immigració no comunitària. Tothom menys la població immigrant. I com els subjectes són altres, també ho són les fonts informatives emprades per l'elaboració de la informació, on la presència de l'immigrant també està minimitzada.

Fonts i subjectes actius dels fets coincideixen.

- La població immigrant adquireix major protagonisme, essent el subjecte actiu de les accions que es narren i al mateix temps font informativa, en aquells casos on es narren situacions quotidianes de la vida de l'immigrant. En aquest cas el titular es personalitza extremadament posant inclús el nom propi de la persona de la qual tracta la informació com si tothom sapigués de qui es tracta. Aquest tipus d'unitat informativa ens dirigeix cap a la reflexió de si existeix realment un interès periodístic i públic per l'elaboració d'unitats d'aquestes característiques, o realment existeixen perquè el subjecte actiu és, precisament, un immigrant.

### **6.1.2. Fotografia en premsa**

- Només la meitat de les fotos publicades, durant el període analitzat, mostren el problema de la immigració no comunitària com a tema central

- Quan es fan retrats, apareixen quantitats similars de plans de polítics que d'immigrants. Aquesta dada es pot interpretar de moltes maneres encara que una de les lectures objectives és que la cara dels polítics apareix per un igual que la dels immigrants, en temes d'immigració no comunitària

- Quasi totes les fotografies analitzades tenen relació amb el titular de la informació, excepte una d'*El País* i de l'*Avui* i tres més a *La Vanguardia* i *El Periódico*. En qualsevol cas crida l'atenció que una de cada deu fotos, com a suport d'informacions sobre immigració no comunitària, en aquests dos últims diaris, no tingui cap mena de relació amb el tema.



### **6.1.3. Disseny gràfic a premsa**

En el present estudi s'incorpora l'anàlisi del disseny gràfic com element objectivable, com a conseqüència de la valoració de l'estudi del 96 i per tal d'obtenir un índex el més complert possible. En aquest sentit, s'ha treballat en avaluar si la informació presentada en premsa és tractada formalment de forma rellevant o no. Fer-ho de forma rellevant voldrà dir que tendeix a l'assimilació del grup d'immigrants no comunitaris i no rellevant el contrari. De les dades analitzades podem afirmar les següents conclusions metodològiques:

- Es pot analitzar el disseny gràfic mitjançant instruments objectius d'anàlisi. En aquest cas, s'ha aplicat a un cas real la proposta presentada (Tena: 1998). L'anàlisi mitjançant aquests instruments permeten sense massa dificultat obtenir valors objectius que informen del tractament formal de determinada informació gràfica. En el nostre cas, s'ha presentat un índex de rellevància global dels dissenys de la mostra. Aquest índex és un valor entre 0 i 1 que informa del tractament formal de la informació en premsa.

- El present estudi és una aproximació de l'instrument d'anàlisi i tot i que els valors puguin ser discutibles, són significativament innovadors com per tenir-los en compte. El valor obtingut permet comparar informacions de migració entre elles i també entre publicacions entre elles.

- La rellevància visual de la informació sobre immigració no comunitària a portada en el període analitzat, és nul·la o quasi nul·la.

- Com es pot veure a la taula de rellevància en portada, les informacions aparegudes en el període analitzat i que tinguin una certa rellevància visual en portada són 13, i el valor de rellevància és, en els millors dels casos, de 0,33. Vol dir això que el tractament formal en portada en baix.

- La rellevància visual de la informació d'immigració en pàgina en el període analitzat, també està feta de molt diversa manera, trobant informacions tractades amb un índex alt i informacions en sentit contrari. Els valors de rellevància textual en el període analitzat varia entre 0,80 i 0,10. Els valors presenten una gran variabilitat.

- Com es pot veure a la taula de rellevància visual en pàgina oscil·la entre els valors màxims de 0,84 i 0,85 i entre 0,03. Es pot observar que hi ha una gran variabilitat dels valors en el cas de la rellevància visual en pàgina.

- La rellevància textual de la informació sobre immigració en pàgina també està feta de molt diversa manera, trobant informacions tractades amb un índex alt i informacions en sentit contrari.

- Podem integrar els diversos valors de les rellevàncies formals analitzades i obtenir així un índex del tractament formal de la informació d'immigració. Aquest índex el denominem: índex de rellevància global del disseny.

- Podem dir que el tractament formal del disseny gràfic a les informacions d'immigració en el període analitzat té un índex baix en el seu conjunt. Això significa que el grup d'immigrants estan tractats de forma no rellevant.

- Les publicacions tracten formalment de manera molt similar les informacions sobre migració. De totes maneres, en el període analitzat podem fer una escala de tractament formal que dona més rellevància i de tractament formal que dona menys rellevància. Si ho fem així veiem que les publicacions es classifiquen de la següent manera:

Molt rellevant (0,80 – 1,00)

Rellevant (0,60 – 0,79)

Neutres (0,40 – 0,59)

Poc rellevants (0,20 – 0,39)

Gens rellevants ( 0,00 – 0,19)

- En base a això trobem que en el millor dels casos les publicacions estudiades donen a les informacions sobre immigració un tractament que es pot considerar com a poc rellevants:

EL PERIÓDICO 0,41 Neutre

AVUI 0,26 Poc Rellevant

EL PAÍS 0,25 Poc Rellevant

LA VANGUARDIA 0,09 Gens Rellevant

#### **6.1.4. Ràdio informativa**

- Es detecta una tendència a presentar els immigrants en forma de xifra o bé utilitzant algun nom comú que faci referència a quantitat. En aquesta mateixa línia s'observa que l'immigrant és un ésser despersonalitzat ja que per anomenar-lo es fa ús de les paraules “gent”, “persones” fenomen”, etc.

- La Llei d'Estrangeria i l'arribada d'immigrants a Espanya són els dos grans eixos, en termes generals, que s'utilitzen per articular la informació referida al col·lectiu d'immigrants. La perspectiva temàtica i l'escassa durada de les unitats genera una visió unilateral de l'assumpte, ja que es deixa de banda els aspectes de caire social que aproximem a l'oient a la realitat de la immigració tal i com es viu en Espanya.

- Ambdós eixos apareixen en moltes ocasions barrejats en forma de causa i efecte o fins i tot com a problema i possible solució. Tot i això, es pot observar que la perspectiva informativa de les dues emissores analitzades (*Catalunya Ràdio* i la *Cadena SER*) són diferents. Des de la proximitat a l'oient català, com és el cas de *Catalunya Ràdio*, les qüestions de caire social: integració, permisos laborals, etc., ocupen un lloc important, en canvi des de la *Cadena SER* a través del seu programa informatiu d'abast estatal, els aspectes més polítics són els fonamentals. La reforma de la Llei d'Estrangeria i el posicionament de les forces polítiques i socials resulta ser prioritari, juntament amb les accions policials. En canvi, per a l'emissora catalana la recerca d'una solució adquireix una major importància. Cal afegir que aquesta emissora presenta més percentatges més equilibrats, en aquest sentit és menys monotemàtica que la *Cadena SER*.

- L'anàlisi de l'estructura de les unitats informatives en ambdós productes informatius detecta una manca de redundància a partir de l'absència majoritària de les fases “d'entrada” i “tancament”. També es constata un alt nombre de QUI i QUÈ, dades fonamentals i bàsiques per a la narració de la informació, però la mínima presència del COM, el PER QUÈ i l'ON que genera una construcció descontextualitzada de l'esdeveniment presentat. El temps mig de durada de les unitats temàtiques pot dificultar la incorporació d'aquests ítems.

- L'actualització de les dades i conseqüentment la continuïtat en la informació no influeixen gaire a l'hora d'elaborar les unitats temàtiques. No hi ha un seguiment diari, potser perquè tampoc hi ha un esdeveniment noticiable i tampoc es recorre a la contextualització temporal com a fórmula per a facilitar a l'oient la comprensió de la informació.

- El QUI, actor principal i per tant protagonista de les accions, és bàsicament institucional en ambdues emissores. El govern, ja sigui central o autonòmic, i els partits polítics, entre d'altres, protagonitzen la major part de les informacions, per contra els afectats acostumen a ser esmentats com a subjectes passius. El QUI institucional a la *Cadena SER* és l'autèntic protagonista, la qual cosa resulta lògica si el tema estrella és la Llei d'Estrangeria. En canvi a *Catalunya Ràdio*, l'interès per aspectes socials permet que els immigrants assoleixin un 35% com a figura de QUI, un terç del total.

- La relació dels QUÈ és diferent a cada emissora. Únicament coincideixen en "policials", que per a *Catalunya Ràdio* suposa un 19% i per a la *Cadena SER* un 8%. Malgrat que la primera assoleix un major índex pel que fa a presentar accions definides com a "policials", també és cert que un 57% dels seus QUÈ giren entorn a l'intent d'evitar problemes o, dit d'altra forma, buscar solucions. En el cas de la *SER*, la Llei d'Estrangeria n'ocupa el primer lloc a gran distància de la resta: Europa, policials i socials.

- En els dos programes informatius analitzats, destaca una tendència a presentar els immigrants com una dada numèrica. A continuació, l'informador relata l'esdeveniment a partir del concepte abstracte "immigració" o també pot recrear-lo a partir dels seus protagonistes, els "immigrants". A vegades, s'utilitzen els termes "gent" i "persones" per a referir-se aquest col·lectiu. En aquest punt, cal assenyalar dues circumstàncies significatives. La primera és quan s'estableix la relació entre alguns immigrants i el seu status polític de refugiat. La segona és quan cal distingir entre la seva procedència. Així, es parla de marroquins però també d'immigrants de l'est, que a més formen part d'un grup d'immigrants professionalment especialitzats i interessants per a resoldre la manca de treballadors especialitzats a Catalunya.

### **6.1.5. Televisió informativa**

- A nivell genèric i global cal dir que la percepció que transmeten les diferents emissores de televisió analitzades, és que la immigració és un problema i no una realitat que obeeix a unes arrels i raons, socials, econòmiques i polítiques.

- En general les informacions televisives destil·len aquest judici previ de problema que cal resoldre i afrontar, donant un enfocament informatiu que es basa majoritàriament en com les autoritats i les diferents administracions del país fant front al problema. Acostuma a tractar com problema massiu global i no personal, és a dir, tenint la consideració que cada persona és diferent, i té una història al darrera i unes raons que poden coincidir amb d'altres immigrants però que són personals i intransferibles que l'han dut a prendre una decisió única i difícil com és emigrar a un altre país sovint desconegut i amb factors culturals molt diferents.

- Es molt curiós que durant la setmana de maig de 2000 analitzada coincideix a vèries cadenes la notícia el mateix dia, de la detenció de "balseros" cubans a l'Estret de la Florida i la repatriació de 300 subsaharians al Marroc que volien arribar a Espanya. En aquest cas on s'ha generalitzat la immigració a Espanya, situació contrària a quan les primeres onades de balseros cap a les costes de Florida, es tendeix clarament a equiparar la immigració cubana cap a els Estats Units i la immigració magrebina cap a Espanya. Destaquen clarament les fonts oficials de rebuig i combat cap a la immigració il·legal respecte a les possibles raons personals i humanes que condueixen a aquesta realitat d'una immigració masiva.

- Tot i això, existeixen clarament diferències considerables en el tractament informatiu segons les cadenes, al igual que unes prioritzacions diverses respecte a quin tipus de notícies sobre la immigració i els immigrants es donen, en quin lloc de l'escaleta i amb quina periodicitat, també què es prioritza als continguts i quines imatges i contingut audiovisual en general es fa servir.

### **6.1.6. Presentacions o personacions**

Després de l'estudi qualitatiu descriptiu de les personacions de les unitats informatives sobre immigració no comunitària dels dies 26 i 29 de maig de 2000, conduent a esbrinar si el tractament de la mateixa és o no de qualitat, estem en condicions de presentar les següents conclusions.

#### Ordre a l'escaleta

Al marge de casos excepcionals que poden venir donats per la manca d'altres temes i pel contingut de les imatges, la majoria de les personacions sobre temes relacionats amb la immigració analitzades no apareixen mai abans de la posició 10 a l'escaleta i es distribueixen entre aquesta i la número 25, parlant en termes rodons. Aquesta disposició de la informació a l'escaleta sembla bastant "consensuada" entre tots els mitjans.

#### Durada

Sense tenir en compte les personacions mixtes, les durades de les altres van entre els 10 i els 30 segons.

Es valora com a negatiu si la personació és de sumari, és a dir, s'intenta relacionar diferents temes que poden fer que l'espectador s'emboliqui. En aquest sentit, cal valorar positivament l'opció de TVE (Alfredo Urdaci) que dedica presentacions separades a diferents temes, i de TV3 (Helena García melero i Carles Francino) que procuren explicar amb detall algun tema o com a màxim dos amb temps suficient. En tercer lloc quedaria Antena 3 (Ernesto Saenz de Buruaga) i per últim Tele 5 (Juan Ramón Lucas) que barreja força temes amb sentit interpretatiu sense que sembli tenir un criteri clar sobre el temps just que demana cada qüestió.

Pel que fa a les personacions mixtes, aquestes van dels 25 als 40 segons. El text personat dura entre els 8 i els 25 segons, mentre que les imatges amb la locució del personador arriben a prop dels 20 segons. La durada depén, sobretot, de les imatges de què es disposa, algunes de les quals poden arribar a ser d'arxiu, qüestió contemplada com a negativa perquè sovint es reforcen els tòpics amb què se relaciona la immigració.

## Vestuari

Pel que fa al vestuari, cal fer prestar atenció en la similitud existent entre la majoria dels personadors. Pel que fa als masculins, la indumentària triada és el tratge sovint fosc i la corbata i camises més clares. Les personadores opten per un vestit, camisa, jaqueta de pell o tratge jaqueta de colors més vius. Hi ha més varietat en aquest darrer cas, però la impressió generalitzada és que difereix del que s'hauria triat si el públic al qual anés dirigit l'informatiu estigués format per gent més jove. Curiosament, quasi tots els personadors masculins estudiats, a excepció del de TV3 (Carles Francino) duen ulleres, element potser necessari per als esmentats periodistes i que de forma inconscient genera en l'espectador un augment de credibilitat.

De totes maneres, cal destacar que els personadors de l'informatiu de TV3 són més propers a reflectir la moda jove.

Caldria esbrinar si per als protagonistes de les unitats informatives sobre immigració comunitària, els immigrants, aquesta imatge està més a prop del que representa a les classes benestants que no pateixen els seus problemes o a la de les fonts oficials que de vegades emeten declaracions o elaboren lleis que limiten els seus drets. Si fos així, la imatge externa ja representaria un altre filtre per valorar el tractament informatiu de qualitat.

## Decorat

Entenent per decorat de la personació tot allò que envolta la figura humana voldriem fer una distinció entre les imatges i l'aparició de texts que les acompanyen en ocasions.

La immigració és un tema susceptible de ser representat amb icones. En l'actualitat s'intenta explicar tant amb imatges com amb il·lustracions gràfiques. Resulta interessant saber quines icones utilitzen els serveis informatius per representar-les.

Pel que fa a imatges, el cos de l'immigrant (el rostre, un grup fent cua o simplement dues persones juntes) és utilitzat com un referent que es creu de fàcil identificació. En algun cas s'utilitza la presentació en pantalles o la representació d'elements amb els quals s'identifica la immigració com pateres o documents. L'ús d'aquestes qüestions dramatitza la unitat informativa personada, qüestió que per tant l'allunya de la informació de qualitat.

Els textos apareixen com un complement de la imatge triada, que de vegades l'explica i d'altres aporta una informació que no es pot deduir de la mera observació de la mateixa. Hi trobem des de texts informatius com "LEY DE EXTRANJERIA", fins a alguns amb connotacions negatives dramàtiques tals com "AVALANCHA". Hi ha un exemple com "INMIGRANTES" que reflecteix l'allunyament de la cadena respecte els nouvinguts. La percepció general és que es tendeix a un ús dramatitzador de les informacions relacionades amb immigració pel que fa als texts que apareixen en les personacions.

Cal esmentar un cas curiós d'il·lustrar el fons del personador d'una unitat informativa relacionada amb immigració. Es tracta de Tele 5, que utilitza una representació de l'escut reial de grans proporcions per introduir unes declaracions "oficials" sobre l'informe de la reforma de la Llei d'Estrangeria presentat al Consell de Ministres. L'espectador no ha de realitzar grans esforços per identificar el personador amb el portaveu del govern a l'audiència.

Pel que fa als fons neutres (sense res al darrere, amb mapes, o amb paraules identificatives de l'espai informatiu) semblen la millor solució fins que no es trobi la forma idònia de representar el tema de la unitat informativa sobre immigració o sobre qualsevol altre qüestió.

En general, dona la sensació que l'ús d'elements de decorat per a personacions d'unitats informatives relacionades amb immigració respon més a qüestions de disseny de l'espai informatiu que a l'establiment de criteris clars específics i informatius que justifiquin la seva aparició.

## Temàtica

A l'estudi present ens hem centrat sobretot a l'anàlisi dels aspectes relacionats amb fluxes migratoris, màfies i la Llei d'Estrangeria.

Dintre de cadascun d'aquests aspectes, els subtemes que es tracten són els següents:

a) Fluxes migratoris:

- Impossible aturar la immigració que és massiva
- Captures massives: campo de Gibraltar, Canàries
- Problemes d'ubicació dels immigrants



- Repatriació
- Campanyes informatives al Marroc: el viatge pot costar la vida
- Estratègies del països de la UE per fer front a la immigració.
- Espanya té molta pressió migratòria i la que més rebutja: desitja fons d'asil
- La immigració afecta Catalunya: la Generalitat vol més competències i buscar nous models de relació amb els països del nord d'Àfrica.

Com pot observar-se, els subtemes que es destaquen a les personacions identifiquen tot el relacionat amb la immigració amb un problema per al país que rep. En cap cas es parla dels problemes que pateixen els immigrants als països d'origen per intentar arribar a Espanya o a Catalunya.

#### b) Màfies

- Els enganyen en prometre que es quedaran a Espanya sense problemes.
- Espanya i Marroc busquen mesures comuns per acabar amb la immigració i això passa per acabar amb les màfies.

El problema no sembla tant la desarticulació de les màfies, com evitar que segueixin creant falses expectatives que facin augmentar l'arribada d'immigrants.

#### c) Llei d'Estrangeria

- Sol.licituds de regularització
- L'increment de la immigració justifica la reforma de la Llei
- El Govern vol millorar la Llei
- Avaluació de l'informe sobre la Llei d'Estrangeria
- Es pretén un acord entre partits

Una personació sembla un temps massa curt per parlar de què consisteix la millora de la Llei, qüestió que es deixa per al video de la unitat informativa. El Govern és presentat com la part preocupada per millorar la Llei. Un cas que resulta curiós és la coincidència per part de dos personadors de dues cadenes diferents (TVE y Tele 5) en destacar la mateixa jornada les mateixes qüestions en el cas de la presentació de l'informe del Ministre d'Interior al Consell de Ministres. Tots dos personadors (Alfredo Urdaci y Juan Ramón Lucas) coincideixen en afirmar que:

- El Ministre d'Interior presenta un informe sobre la reforma de la Llei d'Estrangeria.

- El Govern vol millorar la Llei (però no diuen en quin sentit o a qui beneficiarà el canvi)
- El Govern vol buscar el major consens amb la resta de formacions polítiques.

En cap de les personacions estudiades es parla dels motius que han dut l'executiu a demanar un informe. Els personadors fan de mitjancers entre la font oficial i l'audiència massiva.

#### d) D'altres d'interés

- Els immigrants busquen un treball i una situació legal.
- Importància dels immigrants per a l'economia i la societat segons vicepresident econòmic.

Només en dues de les personacions estudiades es parla de qüestions que afavoreixen la imatge dels immigrants no comunitaris. El primer d'ells es cita al final d'una personació amb imatges que introdueix un video sobre una immigrant regularitzada que aconsella als seus familiars que ara no es bon moment per venir a Espanya. El segon és una important però breu referència a una informació de sumari de declaracions del vicepresident econòmic Rodrigo Rato on es parla també d'altres mesures per millorar l'economia del país que l'esmentat polític ha realitzat en una trobada organitzada pel diari ABC.

Cal destacar que com a mínim són píndoles informatives que ofereixen un tractament més humà i menys dramàtic de la immigració i que van en camí de fer que la informació sigui de qualitat.

En general, a les personacions es tematitza amb qüestions que reflecteixen la lectura del país o la societat que rep la immigració, la qual és presentada com un problema. Sovint se citen les fonts oficials de les quals prové la informació o la reacció a les informacions sobre els fluxos, les màfies i la reforma de la Llei d'Estrangeria i s'informa sobre allò què diuen o sobre allò què pensen fer, de manera que els personadors dóna la sensació que actuïn com altres portaveus oficials. Només en una personació (TV3) s'explicita l'interés de la cadena per cobrir la situació que viuen els immigrants arribats a les Canàries. En una altra personació (A3) es presenta de manera molt personalitzada en una immigrant "legalitzada" un reportatge elaborat pels serveis informatius de la cadena per mostrar com hi viu i que recomana als seus familiars que ara no provin de venir.

Es tendeix a una valoració interpretativa dels temes en lloc d'una exposició enunciativa. Aquest fet queda reforçat amb l'ús de les focalitzacions gestuals i acústiques que es realitza i que s'analitza a continuació.

### On es focalitza gestualment i com

Podem distingir diferents tipus de focalitzacions. Una d'elles seria la que el personador acostuma a fer per mantenir una actitud de conversa envers l'espectador i que tindria una funció fàtica. L'altre seria aquella que realitza d'una manera explícita sobre continguts de manera que hi fa o intenta fer prestar atenció cap a ells.

De vegades pot succeir que la focalització gestual fàtica es dugui a terme sense pensar-hi sobre termes o expressions als quals carrega d'una intensitat que en un principi no estava prevista, però cal tenir en compte el mode com ho pot interpretar l'espectador.

Es constata una diferència evident entre la personació enunciativa i la valorativa, aquesta última adornada de vegades d'adjectius, d'expressions o frases fetes que sembla que posicionin clarament el personador davant l'assumpte que es toca.

En la personació enunciativa hi ha ben poques focalitzacions gestuals en general, mentre que en la valorativa aquestes són més freqüents. La informació de qualitat sobre immigració hauria de ser més enunciativa que valorativa. En les unitats informatives analitzades que podrien ser considerades com valoratives, s'observa una tendència a focalitzar amb moviments de ceies les quantitats de detencions, el "problema de la immigració", les allaus *imparables*. En aquest sentit, un dels personadors que tendeix a magnificar i per tant dramatitzar els temes relacionats amb la immigració és Juan Ramón Lucas (Tele 5). El seu model de focalització gestual s'allunya del que es desitjaria per a una informació de qualitat. En general, la resta de personadors controlen millor la personació enunciativa, però, aleshores s'observa en alguns casos una diacronia evident entre el que es pretén dir amb la imatge i el que es diu amb el text.

### On es focalitza acústicament i com

La focalització acústica en les personacions molt valoratives tendeix a caure en termes qualificatius, com adjectius, o en negacions, així com en algunes xifres que parlen del nombre de detencions o d'arribada d'immigrants ("engañando, por decenas cada día, no saben qué hacer con ellos, 4000, en cinco meses tantos" ...)

Resulta curiós que les personacions molt valoratives tendeixen a focalitzar acústicament les fonts oficials de les informacions o que faran les accions pertinents per mirar de frenar la immigració.

Aquestes qüestions poden ser també atribuïbles al costum que tingui el personador de parlar davant de càmera o per micròfon, però no es pot oblidar l'efecte que poden generar en l'audiència.

Molt focalitzades acústicament així com molt valoratives resulten les personacions de Tele 5 (Juan Ramón Lucas), seguides de les del personador masculí d'Antena 3 (Ernesto Saenz de Buruaga), en tercer lloc TVE (Alfredo Urdaci) i les de TV3 serien les menys focalitzades acústicament (Helena García Melero i Carles Francino).

En moltes ocasions, la realització de focalitzacions gestuals i acústiques sembla que respongui a una rutina en la forma de la locució que ve en molts casos determinada pel costum del personador. Les focalitzacions sembla que es facin sense pensar en com seran decodificades per l'espectador.

Una personació d'una informació de qualitat sobre immigració hauria de controlar les focalitzacions de manera que no generessin una percepció alarmista ni negativa. En aquest sentit, caldria respectar les normes de redacció per tal que les oralitzacions dels texts no ajudessin a confondre els espectadors amb una lectura que destaqués els termes negatius o pejoratius. A continuació analitzem algunes qüestions relatives al contingut de les personacions.

### Contingut

Cal tenir en compte el temps de què es disposa per oralitzar una unitat informativa. Quants més temes es volen presentar en una personació diguem-ne de sumari, per exemple, pitjor és la qualitat informativa en termes de percepció. S'ha de tenir en compte que la durada de la personació sol ser sempre petita i no està exempta de ajustar-se a les característiques del mitjà televisiu.

És recomanable no informar més d'un tema en cada personació sobre immigració i si es fa, cal deixar-ho molt clar fent-ne si és precís tantes com qüestions hi siguin relacionades.

En aquest sentit, cal assenyalar que es tendeix en general a relacionar diferents temes en una sola personació, de manera que la imatge no pot ser mai beneficiosa del tot pel grup d'immigrants ni tampoc la que es poden crear d'aquest col·lectiu els propis telespectadors. Es parla en una mateixa personació d'allau d'immigrants, de màfies que els enganyen, de "captures" de la Guàrdia Civil que no dóna abast. Per posar un exemple en fem una transcripció d'una personació que toca dos temes que no ténen per què estar relacionats:

“Por todo eso, España y Marruecos buscan medidas comunes y acabar con las mafias. Hoy mismo la policía marroquí detenía a 40 inmigrantes de Sierra Leona cuando intentaban llegar a España en una patera.”

Curiosament, és freqüent el cas de personacions en les que les focalitzacions gestuals i acústiques estan força cuidades, però que empren frases o expressions fetes bastant desafortunades que alimenten el tòpic i que no afavoreixen el que la informació sobre immigració sigui de qualitat. El següent fragment d'una personació feta en parella a TV3 és una prova evident. En cursiva apareixen les expressions a què fem referència:

“Prop de 200 immigrants sense papers han estat detinguts al llarg de les últimes 48 hores al Campo de Gibraltar. Es tracta de *l'enèsima prova* que certifica l'augment del nombre de persones que aprofitant el bon temps miren de *colar-se* a Europa *ni que sigui per la porta falsa*.”

Les informacions sobre immigració o sobre qualsevol qüestió han de preservar el respecte pels protagonistes dels fets, qüestió que s'ha de veure reflectida en el tractament dels continguts.

Amb la forma que tenen de presentar els temes, els personadors representen la societat que rep la immigració. En els seus discursos els immigrants són sempre tractats en tercera persona del plural.

### **6.1.7. So a televisió**

- Els instruments que s'han dissenyat en aquest estudi (Unitat de temps de presència, Problematització favorable o desfavorable, i Índex de presència), amb la finalitat d'establir mesures comparatives objectives sobre el tractament dels immigrants des de la dimensió sonora oral de la informació, han resultat especialment clarificadors, útils i eficients.

- El tractament sonor oral durant el període estudiat de la informació televisiva pot interpretar-se com a molt clarament desfavorable (negatiu) a la integració dels immigrants a partir dels tres indicadors:

. La informació desfavorable a la immigració té aproximadament el triple de presència informativa que la favorable.

. La informació que ha estat estimada com a neutra té una presència d'unes sis vegades menor que l'estimada com a negativa.

. Mentre que un 88 % de la presència dels autòctons correspon a representants oficials, la presència sonora de representants oficials dels immigrants és només d'un 18 %.

### **6.1.8. Macroestructures temàtiques i esquemàtiques**

- El discurs periodístic, sobre immigració als informatius de televisió, tracta la informació sobre immigració des d'un punt de vista "d'exterioritat". En aquest sentit la qüestió de la immigració, no s'emmarca com un problema dels espanyols i de les societats del primer món. Aquesta "exterioritat" uneix el grau de representació amb l'absència de veu d'immigrants i dels seus col·lectius a les unitats informatives analitzades.

- D'altra banda, aquest discurs de l'exterioritat es construeix en l'espai difús de la frontera. Aquesta frontera així, és un espai delimitat i imaginat, que ubica als personatges concrets que habiten la seva quotidianitat i la seva història.

## 6.2. Propostes

### 6.2.1. Premsa:

El principal objectiu de les propostes generals sobre el tractament informatiu de la immigració no comunitària als diaris d'informació general ha de ser el de buscar l'equilibri quantitatiu i qualitatiu dels fets narrats d'acord amb el següent criteri general:

VALORACIÓ I CONSIDERACIÓ GLOBAL DELS ASPECTES RELACIONATS AMB LA IMMIGRACIÓ NO COMUNITÀRIA, PER TAL D'APORTAR-HI DADES QUE CONTRIBUEIXIN AL CONEIXEMENT CULTURAL DE L'IMMIGRANT (una de les bases fonamentals per a la construcció de l'empatia intercultural).

L'acompliment d'aquest criteri general provoca una reacció en cadena de la resta d'aspectes periodístics que cal tenir en compte:

- Augmentar el nombre d'unitats informatives on el subjecte actiu i la font informativa dels fets narrats sigui l'immigrant no comunitari.
- Diversitat temàtica dels fets relacionats amb la immigració no comunitària (fluxos migratoris, legislació, economia, integració, cultura, espectacles, art, comunicació, educació...)
- Eludir la nacionalitat i els gentilicis referents a la immigració no comunitària quan aquests no formen part de l'eix central de la informació (especialment en unitats informatives de caràcter conflictiu o problemàtic).
- Emprar un lèxic adient i apropiat a cadascun dels temes i les seccions tractades, per tal de no construir camps semàntics que puguin contribuir a la creació d'estereotips i falses creences sobre la població immigrant.

### **6.2.2. Fotografia en premsa**

-És important no pressuposar que una persona és immigrant pel seu color de pell, la seva forma de vestir. Hem de confirmar la seva condició d'immigrant, sinó estaríem alterant i manipulant la realitat.

-Una utilització inadequada del teleobjectiu, ajuda a crear una sensació de distància i llunyania entre el col·lectiu d'immigrants i el receptor/lector de la fotografia.

-Sempre que sigui possible, és millor que els immigrants no apareguin d'esquenes. Si els presentem així l'espectador té la sensació que els està mirant amb cert recel.

-Les activitats, actituds i expressions on apareixen els immigrants, són bàsiques en la percepció que pot tenir la societat sobre aquest col·lectiu.

-El peu de foto és un element clau per la correcta interpretació de la fotografia. Ha de ser informatiu, clarificador i mai redundar en els elements que ja hi apareixen de forma evident.

- El tractament fotogràfic positiu, el vincularem al concepte de qualitat. Una qualitat que trobarem quan la imatge sigui realment informativa, actual i tingui en compte totes les possibilitats que li ofereix el llenguatge visual (tipus d'objectiu, punt de vista, actitud de les persones davant la càmera...).

- De la mateixa forma aquest tractament fotogràfic de qualitat, haurà d'anar íntimament relacionat amb el peu de foto. Un peu de foto que ens permetrà analitzar correctament la fotografia evitant interpretacions errònies, i a la vegada una adequada relació entre la fotografia triada i el titular i el text de la unitat informativa.



### **6.2.3. Disseny gràfic en premsa**

- Es millora el tractament formal de la informació si apareix en portada.
- Si la informació apareix en pàgina, sigui o no portada, millorarà el tractament formal si apareix en la part superior.
- Si la informació apareix en pàgina, sigui o no portada, millorarà quan ocupi més espai en la pàgina, o en tot cas, quan sigui la informació que ocupi més espai de la pàgina.
- Si la informació apareix en pàgina, sigui o no portada, millorarà el tractament formal si la informació inclou altres elements a més a més del titular i del text base.
- Si la informació apareix en pàgina, sigui o no portada, millorarà el seu tractament formal si el titular té una relació de pulsacions de 1,5 o 2 alfabets per línia.

#### **6.2.4. Ràdio informativa**

- Cal aproximar l'oient a la vida de l'immigrant. Això es pot aconseguir a través de les següents vies:

. Incorporant d'altres gèneres informatius al tractament d'aquest tema. La notícia, per les seves pròpies característiques, dona una visió molt puntual de l'esdeveniment i pot provocar una visió unilateral del tema. En els últims mesos s'ha detectat un esforç per part dels mitjans d'oferir una perspectiva més humana i menys matemàtica (xifres) dels aspectes que l'envolten.

. L'elaboració de la informació, en aquest cas de la notícia (gènere omnipresent als radiodiaris), seguint les directrius pròpies del gènere faciliten la contextualització i obliguen a incorporar dades que matisen la presentació del fet puntual a partir del subjecte (el QUI) i la seva acció (el QUÈ).

. Incorporar el COM, el PER QUÈ i l'ON per millorar la narració informativa. Caldria reequilibrar la presència de les cinc dades importants.

. Augmentar les informacions de caire social des d'una perspectiva positiva per facilitar un estat d'opinió pròxim a la integració social d'aquest col·lectiu. La presència dels protagonistes com a fonts sonores aniria en aquesta línia. La població ha de conèixer els seus problemes.

### **6.2.5. Televisió informativa**

- Com en qualsevol informació televisiva que hi ha parts en conflicte o enfrontades caldria donar veu als immigrants en les diverses informacions que els afecten, i/o a les organitzacions que els agrupen i els representen (ONGs, Associacions d'Ajuda, etc.).
- Cal fer un esforç per trobar, triar i emetre informacions sobre la integració dels diferents col·lectius d'immigrants, la seva vida quotidiana, i l'arrelament en diverses poblacions. No sols informar de la immigració respecte a la entrada massiva, les màfies o d'altres aspectes que transmeten només una imatge negativa dels immigrants i del flux migratori. En aquest sentit requereix un esforç especial que les notícies tractin d'explicar el que hi ha darrera del fet d'emigrar a un altre país, i quines són les raons en cada cas.
- Respecte al llenguatge, per diferenciar immigrants legalitzats i dels que no ho són, fer servir termes més suaus que no donin una imatge tant pejorativa com "sense documents" per "indocumentats", o "han de regularitzar la seva situació" en comptes "d'il·legals", etc.
- En general la televisió i també per tant els telenotícies haurien de fer una certa pedagogia de la diversitat i de la multiculturalitat, dels valors personals i socials de les diferents cultures.
- Les fonts oficials transmeten fonamentalment notícies de caràcter policial, i aquestes sovint no estan suficientment contrastades, cosa que a la pràctica genera alarmisme. La situació dels immigrants i la immigració hauria de tractar-se amb molta cura i delicadesa.
- El tractament audiovisual és molt limitat, en el sentit que la majoria d'imatges que s'emeten sobre la immigració són de ciutadans estrangers detinguts, emmanillats, en furgons policials, fent cua als organismes oficials, etc.
- Hi ha molt poques notícies d'immigrants en situacions normals de quotidianitat, que existeixen, però a les que les televisions presten molt poca atenció. En molts casos el tractament audiovisual és "amarillista" i sensacionalista recreant-se molt sobre imatges de cadàvers, primers plans, etc.
- És important no situar les notícies sobre immigració en mig d'altres notícies sobre violència, atemptats, desgràcies, etc., perquè les contaminen de valors negatius i pejoratius.

- Caldria també fer un esforç per emetre les notícies amb una sola temàtica, el que anomenem com a temàtica simple per tal de facilitar la descodificació i no transmetre una imatge molt més complexa del que en realitat és la immigració. Per tant, és recomanable fragmentar en diverses notícies les de temàtica múltiple o, com a molt, donar notícies amb dues temàtiques complementàries.

- Tot i haver una certa uniformitat informativa, sobretot en l'ús de fonts oficials que podem veure repetit en les diferents televisions el mateix fragment de declaració de, per exemple, el delegat del Govern per a la Immigració, Enrique Fernández Miranda, hi ha casos singulars. El cas més clar és el del dia 22 de maig de 2000, quan les quatre televisions estudiades emeten una notícia sobre immigració però cadascuna d'elles de temes diferents. És a dir, aquest dia la immigració és capaç de generar quatre notícies diferents per a les televisions, mentre molts dies no n'hi ha cap.

- Els *catx* utilitzats per il·lustrar la presentació de les notícies al voltant dels presentadors, com s'ha dit anteriorment, és molt poc afortunat, i amb frases de to molt alarmista. Només cal repassar i observar les següents imatges com a exemple de l'alarmisme i catastrofisme que envolten moltes de les notícies sobre la immigració.

- Hi ha un abús molt gran, sobretot a les dues emissores privades, d'il·lustració de notícies amb les mateixes imatges d'arxiu repetides diverses vegades, cosa que sens dubte denota falta de cobertura i de qualitat de la informació. A les públiques, en canvi, s'evidencia un cert esforç per cobrir els temes amb corresponsals i enviats especials i, per tant, amb imatges pròpies d'alguns esdeveniments importants referits a la immigració i als immigrants.

### **6.2.6. Presentació de les informacions a televisió**

- La presentació d'unitats informatives sobre immigració cal que sigui acurada per tal de no donar una imatge negativa de les informacions relacionades amb immigrants.
- És convenient no barrejar dues informacions temàtiques diferents sobre immigració en una mateixa presentació. Cada tema necessitaria una presentació pròpia.
- Millor no utilitzar imatges d'immigrants o pateres o similars al fons o a l'entorn del presentador.
- Si es pretén arribar als immigrants, el vestuari del presentadors hauria de defugir una mica del que empren les fonts oficials.
- Pel que fa als texts que apareixen a pantalla i que poden il·lustrar una presentació, cal defugir de l'ús d'adjectius com «avalancha» i similars i procurar emprar un text referencial sobre el fet del qual s'informa. Cal evitar paraules genèriques que no informen de res en concret i que serveixen per ficar sota un mateix nom moltes informacions que no tenen perquè afectar d'igual forma a tots els membres del col·lectiu d'immigrants.
- En els texts hauria d'haver-hi sensibilitat per parlar del problema real de la immigració, la necessitat de guanyar en qualitat de vida, polítics, etc. Sempre es sol donar la visió del que rep la immigració.
- Els presentadors haurien de controlar els seus gestos i les focalitzacions acústiques per tal de no dramatitzar la informació sobre immigració i no donar-li caire de problema negatiu per a l'estabilitat dels indígenes que cal resoldre. Millor en qualsevol cas que les presentacions siguin enunciatives que no pas valoratives.

### **6.2.7. So a televisió**

- La utilització periòdica, per part dels periodistes, de la “*Unitat de temps de presència*”, el concepte de “*Problematització favorable o desfavorable*” i el “*d’Índex de presència*”, com a instrument d’observació dels períodes llargs d’insistència informativa sobre els temes d’immigració, pot resultar una forma molt eficaç per valorar i prendre consciència del tipus de posicionament i d’orientació que es dona globalment en el temps.
- Sembla evident que la presència dels representants oficials dels immigrants hauria d’augmentar i equilibrar-se amb la dels representants autòctons.

### **6.2.8. Sincronia audiovisual**

- Quasi totes les notícies contradiuen el principi deontològic d’equilibri de les fonts. Concedeixen massa protagonisme audiovisual en les accions i les veus de la policia i semblen justificar només la Llei d’Estrangeria.
- Un tractament més equilibrat de les informacions sobre el col·lectiu estudiat suposa l’ús d’un ventall més ampli d’interlocutors (fonts) al servei d’una construcció de la notícia, com els immigrants il·legals arrestats, o com a mínim, els col·lectius organitzats d’immigrants legals i il·legals.

### **6.2.9. Discurs audiovisual**

- Gestions des de les facultats de periodisme perquè el currículum escolar dels periodistes, incloguin assignatures que puguin oferir continguts per a la comprensió dels nous actors socials que habiten i protagonitzen l’escena de la modernitat: els immigrants, els negres, els indígenes, les dones, els homosexuals, els minusvàlids, etc.
- Els periodistes han de comprendre les qüestions dels grups socials emergents en el context socio-cultural.

## 7. Equip de recerca

### 7.1. Membres del Grup *MIGRACOM*

**Nicolás Lorite:** director.

Doctor en Ciències de la Informació i professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació (UAB) i Cap de la Unitat de Comunicació Audiovisual de la UAB.

**Josep Maria Blanco:** coordinador general.

Doctor en Ciències de la Informació i professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació (UAB).

**Eva Caro:** secretaria, producció i suport logístic.

Llicenciada en Periodisme per la Facultat de Ciències de la Comunicació (UAB), professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació i professora a l'Escola de Mitjans Audiovisuals (EMAV).

**Maria Gutiérrez:** responsable d'informació radiofònica.

Doctora en Ciències de la Informació, professora titular de la Facultat de Ciències de la Comunicació i actual vice-degana de Docència i Pràctiques externes de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB.

**Ángel Rodríguez:** responsable de so en ràdio i televisió.

Doctor en Ciències de la Informació, professor titular de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB i director del LAICOM (Laboratori d'Anàlisi Instrumental de la Comunicació) de la UAB.

**Eduard Bertran:** responsable de fotografia i imatge fixa.

Magíster en Comunicació Audiovisual per la UAB, llicenciat en Belles Arts (UB), professor de Fotografia i Fotoperiodisme de la UAB i de Fotografia de l'Institut d'Estudis fotogràfics de Catalunya.

**Manel Mateu:** responsable de televisió informativa.

Magíster en Comunicació Audiovisual per la UAB, llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB, professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB i redactor de *TV3*.

**Gema Cortina:** responsable de premsa i anàlisi comparatiu amb la Comunitat Autònoma de València.

Magíster en Comunicació Audiovisual per la UAB i llicenciada en Periodisme (CEU, San Pablo Moncada, UPV, Valencia).

**Ana Entenza:** responsable de disseny gràfic.

Dissenyadora i professora de Disseny gràfic i Infografia de la UAB.

**Daniel Tena:** responsable de disseny gràfic.

Doctor en Ciències de la Informació i professor de disseny de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB.

**Tania Montoro:** disseny metodològic.

Magíster en Comunicació Audiovisual per la UAB i professora de Comunicació de la Universitat de Brasília (Brasil).

**Armando Bulcao:** imatge en moviment.

Magíster en Comunicació Audiovisual per la UAB i professor de Comunicació de la Universitat de Brasília (Brasil).

**Bianca Pont, Jenny Simón i Marta Queipo:** equip de buidatge i codificació.

Alumnes de 4rt. curs de la Llicenciatura de Periodisme de la UAB.

### Altres col·laboracions

**Francisco Martín:** Membre de la Junta directiva del Col·legi de Periodistes de Catalunya i periodista de *Televisió Española (TVE)*.

**Esteve Crespo:** Professor de “Gèneres i Programes Radiofònics” de la UAB, periodista i exdirector dels Serveis Informatius de *Radio Nacional de España* a Catalunya (*RNE-R4*).



**Rosa Oliva:** Professora de “Programes Informatius Radiofònics” de la UAB i responsable dels Serveis Informatius de *Catalunya Ràdio*.

**Lluís Rodríguez Pi:** Professor de “Programes Informatius Radiofònics” de la UAB i responsable del Serveis Informatius de *Ràdio Barcelona (CADENA SER)*.

**Pepe Baeza:** Professor de Fotografia i Fotoperiodisme de la UAB. Periodista, Cap de Fotografia de *La Vanguardia*.

**Lluís Recolons:** coordinador de Migra-Studium.