

Estrategias de programación y lugares posibles para la construcción de la imagen pública de la inmigración: la temporada 2002/2003 en Cataluña

Lorena Gómez Puertas, Arantxa Capdevila Gómez e Ivan Pintor Iranzo

- *El estudio comparado de las políticas de programación de las grandes cadenas de televisión permite apreciar las oportunidades de acceso y tematización de los conflictos sociales como problemas públicos. En el caso de la problemática derivada de los flujos de la inmigración en España, las estrategias de programación de las grandes cadenas determinan el alcance de los lugares posibles para la construcción de una imagen pública de tales temas. Este artículo resume el estudio de la oferta de televisión gratuita en Cataluña durante la temporada 2002/2003, constituida básicamente por la cobertura de las tres cadenas españolas TVE-1, Tele-5 y Antena 3 TV, y por la autonómica catalana TV3. El análisis comparado entre las cuatro programaciones permite constatar importantes divergencias entre las dos cadenas públicas, y entre éstas y las privadas: estrategia de silencio en TVE-1, notable presencia en TV3 y opciones por la ficción en Tele-5 y Antena 3 TV.*

Palabras clave

Políticas de programación, inmigración, tratamiento informativo, opinión pública

1. Introducción

La problemática particular derivada de los flujos migratorios procedentes del Magreb, del África subsahariana, de Latinoamérica, del Este de Europa y de Asia, y de sus nuevos asentamientos es común en los países de la Unión Europea. La conflictividad generada en torno a este fenómeno se constata en los debates sostenidos en Europa a lo largo de la última década, que abordan no sólo los procesos de regularización o el control de los accesos al flujo migratorio, sino también temas como la integración, la identidad, la multiculturalidad, los derechos políticos, el racismo o la xenofobia.

La complejidad de esta problemática social se traduce en una diversificación cada vez mayor de los discursos de los medios de comunicación en su labor de construcción de una imagen pública de la inmigración en nuestro contexto más inmediato. Se trata de una diversificación que traspasa los ámbitos temáticos y alcanza a la variedad de estrategias discursivas de los medios de comunicación: la inmigración aparece en la agenda temática televisiva, en relatos de actualidad, ya no únicamente informativos, sino también de ficción y de entretenimiento o de espectáculo.

El análisis de las estrategias de programación de las televisiones de mayor audiencia entre la oferta de televisión gratuita en Cataluña durante la temporada 2002/2003 permite no sólo apuntar estas tendencias sino también observar cuál ha sido el posicionamiento de estas cadenas como actores sociales, qué estrategias discursivas han utilizado y qué lugares han dispuesto para la construcción de la imagen pública de la inmigración en España.

Este artículo presenta una parte de los resultados de un proyecto de investigación más amplio que, con el título de "La televisión y la construcción de una imagen pública de la inmigración en España", obtuvo la concesión de finan-

Lorena Gómez Puertas, Arantxa Capdevila Gómez e Ivan Pintor Iranzo

Grupo UNICA/UPF

ciación por parte del Ministerio de Ciencia y Tecnología en el marco del Plan Nacional del Conocimiento 2001-2003¹.

2. Las políticas de programación televisiva: estrategias de la cadena emisora como narrador y actor social

Las políticas de programación televisiva, como estrategia de la institución emisora, responden a una multiplicidad de factores condicionantes que pueden ser agrupados en dos grandes dimensiones: la dimensión económica, que responde a la financiación publicitaria regida por los resultados de audiencia, y la dimensión cultural, que se refiere a la relación entre cadena y público a partir de determinados contenidos.²

Dentro de los factores de carácter económico destacan el objetivo de la cadena según el orden jerárquico de funciones a cumplir, en gran medida definidas por el tipo de gestión —pública o privada—, su carácter generalista o temático, y su condición como cadenas de pago o gratuitas. La selección de las cadenas televisivas objeto de estudio del presente análisis (TVE-1, Tele-5, Antena 3TV, TV3) sigue este último criterio: todas ellas forman parte de la oferta televisiva gratuita en Cataluña.

A estos factores se añaden otros más específicos que afectan la política de programación de cada emisor: la rentabilidad de la inversión, el funcionamiento del mercado publicitario, el ámbito sociogeográfico de cobertura, el *target* objetivo, y la competencia entre cadenas y otros usos del audiovisual.

En cuanto a la dimensión cultural y a las relaciones establecidas por la cadena con el público, cabe destacar algunas consideraciones preliminares que marcan la televisión contemporánea: la programación de flujo³, las características del consumo de televisión y del público potencial, y la definición de los géneros televisivos.

Los hábitos de consumo y las variables temporales marcadas por el estilo de vida social y las costumbres culturales del país determinan la definición de las etapas de la temporada y de las franjas horarias de programación televisiva según las necesidades (informativas, de entretenimiento, etcétera) de cada momento del día. Por tanto, del análisis de la programación televisiva por franjas horarias se

desprende no sólo el público al que se dirige la cadena sino también el alcance pretendido de los espacios donde se posibilita el tratamiento de problemáticas sociales como la inmigración según su ubicación.⁴

En cuanto a los géneros televisivos, cualquier categorización sistemática de programación nos situaría lejos del contexto actual de los programadores y los productores televisivos, que optan, cada vez más, por espacios contenedores donde elementos propios de diferentes géneros se mezclan, o por programas donde la hibridación de géneros es la característica esencial de su definición.

Algunas tendencias clave en la programación de las últimas temporadas reafirman la disolución de géneros. Así, la aplicación de estrategias de transversalidad a la programación de determinadas cadenas que optan por incorporar contenidos propios del programa “estrella” (generalmente un *reality show*) en todos los *talk shows* y magazines. Esta práctica ha llegado a generar un estilo más allá del suministro de contenidos a partir de un programa concreto y se ha convertido en una constante y endogámica interreferencialidad entre programas de la cadena. Corroborar así el principio de flujo televisivo continuo y, en algunos casos, lleva al extremo de la progresiva homogeneización de contenidos.⁵

Teniendo en cuenta lo expuesto, se adopta una cierta denominación genérica de grupos de programas según criterios funcionales: informativos (generales, deportivos, especializados, semanales, etcétera), entretenimiento (*info-shows*, concursos, *talk shows*, magazines, programas de espectáculo en general) y junto a ellos, la ficción televisiva (específicamente de producción propia). Se han excluido de nuestro análisis las retransmisiones deportivas y de ficción cinematográfica de origen extranjero, por considerarse producciones no estrictamente televisivas, y después de haber constatado su escasa incidencia en el tratamiento explícito del tema de la inmigración tal y como ha sido definida aquí.⁶

Esta denominación genérica no pretende ser exhaustiva sino una mera orientación operativa, ya que el objetivo es discernir el tratamiento que pueda dar cada programa a las problemáticas sociales como la inmigración. El tipo de tratamiento se observa en función del formato o género del programa y de su capacidad para vehicular discursos sobre dificultades o avances en la integración de los flujos migratorios, publicar datos o informes relativos a estos colectivos,

o bien, ofrecer espacios para un debate público sobre cuestiones de interés social relacionadas con la inmigración.⁷

3. Los lugares posibles para la construcción de una imagen pública de la inmigración a través de las cadenas televisivas

El análisis comparado que sigue destaca la existencia de espacios proclives a la presencia de temas sociales como la inmigración, contextualizados en el global de las parrillas de programación, con el fin de valorar la importancia y el alcance que les concede cada una de las cadenas, así como el tratamiento que promueven.

La delimitación de estos lugares posibles de la programación televisiva permite, por un lado, definir aquellos fragmentos del flujo televisivo que son clave para analizar la construcción de la imagen pública de la inmigración a través de las cadenas televisivas seleccionadas, es decir, definir la muestra significativa sobre la que cabría analizar la presencia y tratamiento de este tema en el discurso televisivo. Y por otro lado, al contextualizar la importancia y el alcance de estos lugares posibles, se observa el papel de mediador que se otorga cada una de las cadenas en su labor de actor político promotor de determinadas construcciones sociales de la problemática migratoria.

A grandes rasgos, se puede afirmar que tanto las tres cadenas de cobertura estatal como la autonómica generalista analizada presentan a lo largo de la programación de la temporada 2002/2003 una estructura prácticamente estable en las jornadas laborales y de fin de semana. Las principales variaciones responden a las festividades señaladas y los períodos vacacionales. Esto, unido a la necesidad de abreviar esta exposición, nos lleva a presentar de forma esquemática los resultados obtenidos para cada una de estas cadenas, centrándonos especialmente en la programación de los meses de septiembre a diciembre y de marzo a junio, por ser los períodos de máximo consumo televisivo.

3.1. *La Primera* (TVE 1): ausencia del tema de la inmigración más allá de los informativos periódicos

El primer canal de TVE muestra en la temporada 2002/2003 una política continuista en su línea de programación, a-

corde con las tendencias del sector aunque con una actitud de reducción de riesgos que elimina las nuevas apuestas prácticamente en el global de la parrilla. La televisión pública, bajo tutela del gobierno del Partido Popular en su segunda legislatura, apuesta por una oferta de entretenimiento en sus horarios de máxima audiencia y lima cualquier diferencia con las parrillas de programación de sus competidoras de gestión privada.

El elemento vertebrador de la programación de *La Primera* sigue siendo el informativo en sus diversas ediciones, aunque al margen del *Telediario* y del tradicional *Informe Semanal*, los espacios dedicados a la información general son una ausencia significativa en la parrilla. La presentación de temas sobre dificultades y avances en la integración de los inmigrantes y de los datos e informes relativos a la inmigración queda reducida al espacio de reportajes de una hora semanal o al ritmo de la actualidad informativa vertida en cuarenta y cinco minutos.

La política de programación de la cadena pública respecto a las series de ficción propia las sitúa como productos privilegiados que cumplen una clara función de fidelización del público en horario de *prime-time*. En la temporada analizada destacaron: *Ana y los 7*, *Cuéntame* y *La vida de Rita*. *Ana y los 7* es un formato de comedia de factura similar a los habituales de la cadena (*Hostal Royal Manzanares*, entre otros) que no sólo reúne a la audiencia mayoritaria de la cadena sino que atrae cifras significativas de público joven. *Cuéntame cómo pasó*, transforma la comedia en repaso histórico, y gracias a la calidad del formato, repetidamente premiado, añade a sus funciones la de constituirse como estandarte de la imagen de marca de la cadena. Algo que pese al esfuerzo de producción, la comedia costumbrista de *La vida de Rita* no consiguió en sus cinco emisiones.

Sin embargo, ninguna de las tres series presenta el tema de la inmigración ni en su argumento principal, ni en ninguna de sus tramas o personajes. Éste es un dato significativo, ya que la ausencia del tema de la inmigración en la ficción seriada, implica la ausencia de relatos en los que se aborden cuestiones relativas a la integración de este colectivo en estructuras de conflictos y resoluciones, es decir, de presentación de dificultades y de avances hacia la convivencia. Se renuncia a la representación de comportamientos y actitudes ligadas a esta problemática social,

y en definitiva, al reconocimiento de la misma existencia de la inmigración como realidad social que ocupa nuestros relatos.⁸

Otro aspecto destacado de las políticas de programación de TVE-1 ha sido la uniformidad de los bloques de mañana y tarde, dirigidos a un público predominantemente femenino y adulto. Algo que comporta la relegación de la programación infantil y juvenil al fin de semana, y que a su vez, sitúa espacios proclives a la presentación de temas públicos como la inmigración en las jornadas laborales. Estos espacios, aunque diferentes en su estructura y tratamiento, comparten rasgos elementales. En el contexto de la temporada analizada destacan: en el bloque matinal, el magazine *Por la mañana* y el divulgativo *Saber vivir*, mientras que en las franjas de tarde cabe considerar el *talk-show* *Cerca de ti*, y ya previo al *prime-time* el formato de reportajes *Gente*, entre informativo de cercanía y comentario de sociedad o prensa rosa.

Tanto en la sección de actualidad y sucesos de *Por la mañana*, como en la primera mitad de *Gente*, los temas se presentan bajo un formato similar al informativo, pero con un tratamiento de proximidad que se mueve entre lo anecdótico y llamativo del espectáculo más puro y lo escabroso de la crónica negra clásica. Otro tanto ocurriría con el *talk-show* de tarde, *Cerca de ti*, aunque incrementando la vía de explotación de la intimidad al seleccionar temas y contenidos directamente vinculados a las relaciones interpersonales propias de la esfera privada.

Como programas propensos a la oferta de espacios para el debate de temas sociales o públicos encontraríamos en la parrilla de *La Primera* únicamente el potencial de *Saber vivir*, restringido al ámbito de la salud, y el de *Ésta es mi historia*, como formato de debate a partir de casos personales, aunque ya en horario nocturno.

En cuanto al primero, destaca la ausencia total de cualquier referencia al tema de la inmigración. Algo que lleva a pensar que o bien la inmigración no acarrea cambios, ni positivos ni negativos en el ámbito de la salud y la sanidad pública, o bien, no existe inmigración, por lo menos para este divulgativo sanitario y nutricional con voluntad manifiesta de servicio público.

El segundo, *Ésta es mi historia*, se define por ser el único espacio abierto al debate de temas públicos o de preocupación social, proclive, en mayor medida, a la aparición del

tema de la inmigración. La dinámica de debate, aunque el tono sea el de la polémica y la exacerbación, promueve el intercambio de opiniones e incluso la manifestación pública de discrepancias en temas como la delincuencia ligada a la inmigración, la convivencia entre culturas distintas o los cambios necesarios para la integración. En cualquier caso, durante la temporada 2002/2003 no hay constancia de que ninguna de estas cuestiones constituyese el tema de *Ésta es mi historia*.

En resumen, la programación de TVE-1 en la temporada 2002/2003 se orienta hacia un público mayoritario, preferentemente femenino y adulto, que requiere de un servicio informativo periódico y un alto grado de contenidos de entretenimiento. Entretenimiento que viene dado por programas de humor y concursos, por un lado, y por programas divulgativos, *talk-shows* e formatos informativos cuyos contenidos parten de la prensa rosa y la crónica de sucesos. La oferta de ficción propia es muy reducida aunque con una trayectoria consolidada.

Los espacios susceptibles de vehicular contenidos relativos al tema de la inmigración, de carácter público, se reducen a las cuatro ediciones del *Telediario*, la hora dedicada los sábados a *Informe semanal*, en una noche de bajo consumo televisivo y potencialmente las secciones que ofrecen la crónica de la actualidad de *Por la mañana* y *Gente*. A ello se añade, la posibilidad abierta por *Esta es mi historia*, de establecer un debate, que aunque polémico, aborda temas públicos. La emisión de este espacio, los viernes ya casi de madrugada, denota el peso que la cadena generalista pública da a este tipo de foro público o debate mediático.

3.2. Antena 3 TV: la inmigración en la ficción como complemento de los espacios informativos

Al igual que en TVE-1, la programación de Antena 3TV la vertebran los informativos en sus cuatro ediciones. Pero a diferencia de la cadena pública, los espacios diarios de *A3Noticias* vienen reforzados por una amplia dedicación en la franja matinal a la información gracias al nuevo espacio *Buenos días, España* y al formato de entrevista y debate ofrecido en *El primer café*. A ellos cabría añadir dos programas que se sitúan a medio camino entre la información y el espectáculo, y en horarios de audiencia poco relevantes: *Espejo público*, previo al *prime-time* nocturno

de los domingos, y *Alerta 112*, los viernes de madrugada.

Espejo público incluye reportajes de mayor profundidad y proximidad a la actualidad cotidiana, mientras que en *Alerta 112* lo que impera es la imagen atractiva y el suceso extraordinario. Situaciones de conflicto y tensión propias de los avisos al servicio de emergencias que, por su tratamiento, tienden más al entretenimiento mediante ejemplos de casos aislados que a la información contextualizada de hechos conflictivos.

En cuanto a la programación de series de ficción propia, Antena 3 TV destaca por los consecutivos fracasos de sus estrenos a lo largo de la temporada. *London Street*, fue la primera apuesta fallida de la cadena con tres emisiones; *Código fuego*, en la línea de las series profesionales, ambientada en un parque de bomberos, apenas superó las cinco emisiones; *Un lugar en el mundo*, emitió los trece episodios de su primera entrega pero ya trasladada a horarios de madrugada; de *El pantano* se abandonó la producción. De hecho, los cambios de ubicación en la parrilla fueron uno de los factores que colaboró al rápido fracaso de estos estrenos de ficción en un contexto de crisis financiera de la cadena y por tanto, de reducción de costes de producción. La serie de ficción que sobrevivió a la temporada no fue un estreno, sino un clásico consolidado: *Un paso adelante*.⁹

Esta serie coral aborda el tema de la inmigración de forma constante, al incluir en el elenco protagonista y su argumento principal a un personaje cubano, Pável, que da lugar a diversas tramas relativas a la integración del colectivo inmigrante. La serie proporciona material significativo para el análisis de aquellas estructuras de conflictos y resoluciones, que subyacen en las escenas donde la problemática tiene como tema principal la inmigración.

La uniformidad de los bloques de mañana y tarde, dirigidos a un público predominantemente femenino y adulto, que ha sido destacada en TVE-1, se repite en la programación de Antena 3TV. Sin embargo, la televisión privada no relega la programación infantil y juvenil al fin de semana, y recupera el contenedor infantil *Megatrix* en las mañanas, reduciendo *Buenos días España* pasada Semana Santa.

Los espacios que ocupan las franjas horarias de mañana y tarde siguen una lógica que a lo largo de la temporada resulta común a todas las cadenas televisivas estatales: el

auge de los contenidos de prensa rosa. Los magazines matinales se estructuran en diversas secciones y varían sus presentadores y colaboradores, pero a grandes rasgos, siguen un mismo desarrollo.

Respecto a Antena 3 TV, cabe destacar una dedicación aún menor a temas de carácter público en el programa *Como la vida* presentado por Alicia Senovilla. Esto se debe a la ya comentada generación endogámica de contenidos a partir de un programa estrella, en este caso el *reality* de aventuras *La isla de los famosos*.

En cambio, el tratamiento de temas públicos, bajo una óptica del ejemplo ilustrado de las vivencias de anónimos será la fórmula predominante en las tardes. Fórmula común en el magazine de Ana Rosa Quintana, *Sabor a ti*, y el programa *El diario de Patricia* que lo sucede en la parrilla.

La primera dedica una sección a entrevistar brevemente a testimonios o protagonistas de historias que no trascienden de su ámbito personal de desarrollo.¹⁰ El *talk-show* de tarde, *El diario de Patricia*, es un programa de testimonios que se basa en historias de gente común sobre su vida cotidiana privada, que permiten en su relato o discusión en plató, la exhibición de sentimientos íntimos. La tendencia general de exponer comportamientos no siempre ejemplares que no se debaten ni cuestionan si no es a través de la risa distanciada y burlona no permite hablar de un tratamiento de la inmigración como tema público.

En definitiva, la programación de Antena 3TV en la temporada 2002/2003 apuesta por los servicios informativos periódicos y, ante el fracaso de la ficción televisiva propia, opta por la oferta cinematográfica y la de programas de entretenimiento: concursos, por un lado, y magazines o *talk-shows* por el otro.

Se evidencia su orientación comercial en la escasa presencia de lugares posibles para la construcción de temas públicos o problemáticas sociales como la inmigración. Desde el entretenimiento y el espectáculo dominantes, sólo tienen cabida en espacios como *Alerta 112*, y de forma peculiar en las secciones de testimonios de *Sabor a ti* y *El diario de Patricia*. El peso del análisis debe situarse en los informativos diarios, el semanal *Espejo público* y la serie de ficción *Un paso adelante*.

3.3. Tele-5: el potencial de la ficción televisiva en la construcción del tema de la inmigración

En la línea de su homóloga privada, Tele-5 dedica la primera franja horaria matinal a reforzar sus servicios informativos con un programa de entrevistas y debate, *La mirada crítica*. Este será el único espacio informativo que completará las ediciones diarias periódicas de *Informativos Tele-5*.

En cuanto a la programación de series de ficción propia, Tele-5 no padece el fracaso de sus estrenos en el mismo grado que Antena 3 TV, pero también se resiente en su afán de explotar el nuevo ciclo de la ficción propia. Así, *Una nueva vida*, secuela de *Hospital Central* protagonizada por una entregada ginecóloga no llega a las cinco emisiones, y *Javier ya no vive solo* se despide tras su segunda temporada de declive. Esta última serie había modificado su planteamiento al situar a su protagonista en un centro de ayuda y reinserción infantil y juvenil, cosa que permitía introducir temas sociales más allá de la estructura familiar.

Mantuvieron su éxito en el *prime-time* de los martes y miércoles, las clásicas series profesionales: *El comisario* y *Hospital central*. Y tras algunos ajustes de programación, los domingos fueron las noches del éxito de la clásica comedia de situación *Siete vidas*. Sin embargo, el estreno que se consolidó como la serie estrella de la cadena fue la comedia familiar *Los Serrano*.

Las series de ficción televisiva propia de Tele-5 constituyen un espacio privilegiado para el tratamiento de temas sociales públicos, como la inmigración. En primer lugar porque se mantienen las series profesionales, que se construyen en el ámbito sanitario y policial, donde las historias presentadas se inspiran en casos reales y ponen de manifiesto temas sociales de actualidad. Por ello, no resulta extraño encontrar tramas donde la inmigración aparece como tema a través de personajes o situaciones en las que intervienen inmigrantes y donde su condición como tales condiciona la evolución de la historia planteada. A esta línea se añade *Javier ya no vive solo*, donde las tramas episódicas son susceptibles de vehicular temas como la anorexia infantil, la discriminación sexual o racial, la violencia xenófoba, etcétera.

Por otro lado, las series de carácter cómico, se muestran permeables a temas como la inmigración. *Los Serrano* presenta un grupo de amigos de la escuela de uno de los hijos, entre los que se encuentran un argentino y un marroquí. *Siete vidas*, lo hace desde su particular forma de

humor basada en la actualidad y en la crítica irónica de situaciones problemáticas.

La ficción televisiva seriada domina la franja horaria de *prime-time* de la cadena a lo largo de la temporada. La alternativa la dan las series importadas (el estreno de *CSI*) y los *reality shows* que siguen el modelo de *Gran Hermano*: *Hotel Glam* y *Vivo cantando*. Además, la prensa rosa tiene en Tele-5, un programa de larga duración, *Salsa Rosa*, los sábados, y cuenta durante los primeros meses de la temporada con la emisión de otro polémico programa, *A corazón abierto*. En menor medida que Antena 3 TV, Tele-5 apuesta por las películas cinematográficas (Cine 5 estrellas), aunque sí las programa los fines de semana en horario de tarde (Cine Fiesta).

Respecto a la programación de mañana y tarde, se mantiene la uniformidad de los bloques que se ha señalado en el caso de TVE-1 y Antena 3 TV, aunque Tele-5 la varía ligeramente a lo largo de la temporada. El fracaso del serial juvenil *20 y tantos* que emulaba a su exitoso antecesor *Al salir de clase*, lleva a la cadena a modificar su apuesta radicalmente. En el segundo trimestre de 2003 estrena *Aquí hay tomate*, un magazine de prensa rosa que se caracteriza por su tono irreverente y provocador. También desaparece el *talk-show* *Nadie es perfecto* tras no conseguir una audiencia mínimamente aceptable en su mes de emisión. Lo sustituyen la serie americana *Embrujadas* y el resumen diario de *Hotel Glam*.

Precisamente será el programa *Hotel Glam* uno de los mayores proveedores de contenidos de los magazines que se mantienen inamovibles en las mañanas y las tardes de Tele-5: *Día a día* y *A tu lado*. La estructura de uno y otro da lugar a la aparición de secciones de duración y presencia variable a lo largo de la semana donde potencialmente puede tratarse el tema de la inmigración.

Mientras que *A tu lado* incluye como única sección no dedicada a la prensa rosa un breve espacio de entrevista de testimonios, María Teresa Campos en *Día a día* es quien permite un discurso alejado de este tópico a través de la sección que dedica a comentar la actualidad. A diferencia del programa matinal de TVE-1, plantea un debate entre los colaboradores y la presentadora del programa susceptible de ser analizado como comentario de opinión sobre la agenda de noticias de actualidad.

Y un comentario irónico y humorístico es el que ofrece el

formato *Pecado Original* tras el informativo nocturno. A través de un conductor anónimo, que varía en cada emisión, se conectan diferentes secciones que van desde las curiosidades halladas en la red hasta la parodia de las noticias más polémicas del día. La incidencia en noticias del ámbito político y social hace de este programa un lugar posible para discursos sobre temas públicos alejados de lo estrictamente informativo y/o ficcional.

A partir del mes de julio la programación matinal en Tele-5 se transforma en un claro intento de captar público infantil y juvenil, a través de series y reposiciones. Una nueva apuesta por la ficción que fracasa, aunque discretamente, es la comedia *Tres son multitud*, que no sobrevive al período estival. Durante las vacaciones, la reposición de ficción y la reemisión de películas cinematográficas suple la falta de producción propia de estreno.

En resumen, la programación de Tele-5 durante la temporada 2002/2003 apuesta por los servicios informativos periódicos, la ficción televisiva propia y extranjera y los *reality shows* y programas dedicados a la prensa rosa como mayor fuente de entretenimiento. Esto limita el número de lugares posibles para la construcción de la inmigración como problemática social. Junto a los informativos diarios y *La mirada crítica*, destacan las series de ficción propia, especialmente aquellas protagonizadas por colectivos profesionales de carácter público. En cuanto al resto de la programación, los temas sociales quedan relegados a las secciones de los dos magazines de mañana y tarde, siendo el primero, el único que los aborda como tal.

De nuevo la escasa presencia de espacios donde vehicular temas públicos, pone de manifiesto la orientación comercial de las cadenas estatales de gestión privada. Alejadas de una propuesta amplia de cumplimiento de servicio público, construyen, sin embargo, su imagen corporativa incluyendo una cierta labor social que se extiende desde sus informativos a ciertos programas especiales.

En Tele-5, además de las galas benéficas, existe una iniciativa denominada “*Doce meses, doce causas*” que consiste en plantear un tema o problemática de carácter social a través de una campaña compuesta por anuncios protagonizados por caras conocidas de la cadena, una breve sección en los informativos, algún reportaje puntual y ediciones especiales de los magazines de tarde. Se cumple una doble función: la concienciación social sobre el

problema abordado y el refuerzo de la imagen corporativa del canal. Durante esa temporada no fueron “causa” temas relacionados con la problemática derivada de la inmigración.

3.4. TV3: una apuesta por la construcción de la inmigración como tema público: presencia plural y diversa

TV3, el primer canal de la cadena autonómica catalana Televisió de Catalunya (TV3), con programación regular desde 1984, publica anualmente sus objetivos y criterios de programación a través de su sede en internet, insistiendo en su labor como emisora de referencia para los telespectadores catalanes y su afán por conseguir mantener el liderazgo de la audiencia con una oferta programática variada y plural. En lo que a la temporada 2002/2003 se refiere, la cadena lo planteaba especialmente potenciando los informativos y consolidando la oferta de ficción propia, así como de los magazines, documentales y nuevos formatos.¹¹

A diferencia de las cadenas estatales, TV3 ofrece, junto a las ediciones periódicas del informativo (*Telenotícies Matí*, *Migdia*, *Vespre* y *Nit*) una serie de programas y espacios dedicados, en mayor o menor grado, a la información general que, con un tratamiento y una presencia absolutamente diversificada en su parrilla de programación, posibilitan la presentación de temas de carácter público. Magazines basados en la actualidad periodística que se alejan del modelo dominante orientado hacia la prensa rosa y el mundo del espectáculo (*Bon dia Catalunya*, *La columna*), programas de entrevistas o debate (*Coses que passen*, *En camp contrari*), informativos de proximidad (*En directe*), reportajes (*Entre línies*) y documentales (*30 minuts*), son algunos de los espacios que permiten ampliar la información reducida del formato clásico del *Telenotícies* y profundizar en el conocimiento y el debate público de dificultades y avances en la integración de los inmigrantes, más allá de la publicación de datos e informes institucionales o de la inmediatez de la agenda temática político-social. Estos programas, diseminados por todas las franjas horarias, reúnen en su mayoría las funciones de entretener y formar, pero prioritariamente hacen de la información un elemento transversal y cohesionador de la programación de la cadena catalana.

En el ámbito de la ficción, como pilar de calidad y proximidad cultural, las series de producción propia son una apuesta clara de la cadena autonómica con óptimo rendimiento en las franjas de mayor audiencia. Así, *El cor de la ciutat*, serial emitido a diario tras el informativo, es líder de la franja de *prime time* del mediodía y también el programa más visto de la cadena. Y la presencia en el *prime time* nocturno de series de ficción propia, en su mayoría comedias o productos de claro componente humorístico es importante: *16 dobles*, *Majoria Absoluta*, *Dinamita*, *Jet Lag* o la reposición de *Plats Bruts* y la *La memoria dels cargols*.

De todas ellas, destaca por su tratamiento de la inmigración a través de diversos personajes y tramas, la serie coral de mayor orientación dramática, *El cor de la ciutat*, donde en el período analizado aparecen como protagonistas de tramas principales un inmigrante marroquí, Huari, plenamente integrado en el barrio barcelonés donde se ambienta la acción y a su desaparición le sucede la introducción de un inmigrante cubano, Nelson. Con este nuevo personaje fijo se retoman los discursos sobre la aceptación del nuevo miembro extranjero en la comunidad receptora a través de estructuras de conflictos y resoluciones que muestran comportamientos y actitudes posibles ante el conocimiento mutuo y la integración de costumbres sociales y ponen de manifiesto algunas de las dificultades y avances hacia la convivencia de este colectivo y la formación progresiva de nuevas identidades culturales.

La existencia de la inmigración como realidad social de mayor importancia se traslada a otros relatos de ficción de TV3 de carácter no tan marcadamente realista como *16 dobles* donde un inmigrante de la Europa oriental plantea el tema de los matrimonios de conveniencia para conseguir la legalización, o la comedia *Majoria Absoluta* que integra en una ya ecléctica familia un joven sudamericano. El tratamiento del tema de la inmigración en los discursos de la ficción propia de TV3 no sólo es amplio sino también plural en sus formas y referentes.

Al igual que las cadenas estatales, la programación de los bloques de mañana y tarde de TV3 es uniforme, aunque como ya se ha señalado, se diferencia de ellas por un mayor componente informativo en sus magazines matinales y de sobremesa. Ello implica un mayor potencial para la

presentación de temas públicos como la inmigración en estas franjas. En el magazine matinal *Bon dia Catalunya*, los temas de actualidad marcan la tertulia y el eje central del espacio, el debate de “El tema del día”, con participación del público, donde tuvo cabida la controversia generada en torno a la inmigración en la escuela y la necesidad de reequilibrar el número de inmigrantes entre colegios públicos (80%) y centros concertados (5%) e implementar medios de integración.

El programa que ocupó esta misma franja entre marzo y julio de 2003, *Dies de tele*, también tuvo una presencia destacada y no tan previsible del tema de la inmigración, al debatir en su sección de efemérides: el tema de las adopciones internacionales a través de la reposición del reportaje sobre orfanatos chinos que las incrementó en Cataluña; la integración de la comunidad musulmana a través de la batalla de las mezquitas; o la imagen de la delincuencia asociada a la inmigración, recuperando el reportaje sobre la banda de peruanos que delinquíen en las autopistas catalanas.

La franja de sobremesa, en cambio, suaviza el componente informativo por un tratamiento familiar, de cotidianidad, de “las cosas que interesan a todos”, de actualidad política, social y cultural. El criterio de pluralidad del magazine de Julia Otero, *La columna*, diversifica los personajes que aparecen: desde políticos o profesionales de todo tipo a anónimos que por su condición protagonizan la realidad social. Este planteamiento, la multiplicidad de secciones alternadas a lo largo de la semana, y su voluntad de desmarcarse de la tendencia a centrarse en temas de prensa rosa o amarilla propios de la esfera privada, convierten *La columna* en un programa de referencia para el planteamiento de cuestiones relativas a la inmigración.

Algo que complementa en la franja previa al *prime time* nocturno, *En directe*, el informativo de proximidad basado en conexiones con jóvenes reporteros que interactúan con los protagonistas de las noticias. Se ocupan de temas relacionados con cuestiones sociales en la medida en que configuran la actualidad de la sociedad catalana que intentan reflejar desde la cercanía. Son ejemplos de esta temporada: el encierro de inmigrantes en las iglesias, los problemas de integración de algunos colectivos inmigrantes o los trabajos de limpieza en los cuarteles de Sant Andreu ocupados por inmigrantes.

La cadena autonómica catalana se desmarca de las precedentes en su inclusión del tema de la inmigración en los programas de la franja de *prime time*, debido en gran parte, a la fuerte vocación formativa e informativa que se trasluce incluso en espacios que suelen contemplarse en los últimos años como terreno abonado del entretenimiento. Destaca el programa de reportajes sobre temas sociales que se emite los lunes a las 22:30h, *Entre línies*, donde se abordan con frecuencia aspectos relacionados con la inmigración a partir del seguimiento de historias reales.¹²

También el nuevo formato de debate a través de la reflexión generada por la convivencia entre personas de opinión opuesta, *En camp contrari*, se ocupó del tema de la inmigración incidiendo en las dificultades de integración que conlleva tanto para los recién llegados como para la sociedad receptora.

De modo similar se planteó esta cuestión en el programa de debate de temas de actualidad *Coses que passen*, la noche de los domingos, aunque centrándose en la necesidad de aprender la lengua catalana. Previo a este espacio, se emite el clásico programa de reportajes en profundidad de la televisión catalana, *30 minuts*, de prestigio reconocido internacionalmente y donde no resulta extraño hallar temáticas sociales relacionadas con la inmigración.¹³

A ello cabe añadir apariciones esporádicas del tema de la inmigración, filtradas de manera más sutil, como en *Vides de pel·lícula*, un *talk show* nocturno veraniego, cuando se emitió “Memorias de África” entrevistando después a una joven africana afincada en Cataluña. O bien, las variaciones de algunos programas en *La setmana de TV3* dedicada a África (*Totes les cares d'Àfrica*), iniciativa de la cadena cuyo objetivo es proporcionar a los ciudadanos elementos de reflexión sobre valores sociales mediante el acercamiento a algunas realidades o temas que normalmente no pueden ser tratados con la profundidad que merecen. Aunque el tema no era específicamente la inmigración, sí que éste fue abordado en sus orígenes y sus causas.

En resumen, la programación de TV3 en la temporada 2002/2003, orientada hacia un público mayoritario, que se caracteriza efectivamente por ser preferentemente de clase media y adulto, potencia claramente su carácter informativo y formativo, así como sus relatos de ficción como pilar básico de entretenimiento.

La presencia del tema de la inmigración se extiende por la

práctica totalidad de las franjas horarias con especial incidencia en el *prime time* y a través de cualquier género.

Es especialmente significativo que los programas en los que aparece el tema de la inmigración casi siempre se aborde desde la perspectiva de la integración o de los conflictos que de ella se derivan, incluso cuando se plantean debates a modo de foro público y mediático. Y lo es aún más que algunos de ellos estén entre los programas más emblemáticos y más vistos de la cadena. Esto permite concluir que la programación de la cadena autonómica catalana ha sido, durante la temporada de estudio, muy sensible a este tema y lo ha tratado de modo amplio.

4. Conclusiones

El análisis comparado de las políticas de programación de las cadenas generalistas de cobertura estatal y de la cadena autonómica catalana permite señalar cuáles son aquellos aspectos comunes y divergentes en su posicionamiento como actores sociales, responsables de la programación de cadenas televisivas de gran impacto, en la construcción de la imagen pública de la inmigración. A modo de síntesis conclusiva, se apuntan algunas reflexiones en torno a la delimitación y el alcance de los lugares que las cadenas analizadas ofrecen en sus parrillas para la construcción de temas de carácter público como la inmigración, junto al análisis de las estrategias utilizadas para su tratamiento.

Un primer elemento, común a todas las cadenas televisivas analizadas, es, sin duda, el informativo diario que constituye, en sus diversas ediciones, el eje referencial de la cadena en su papel de actor social y político a través de la narración de la realidad circundante. La diferencia la marcan aquellas cadenas que complementan el formato rígido del informativo diario –sujeto a los imperativos de actualidad y novedad, así como el de brevedad expositiva– con formatos diversos que dan alternativa al tratamiento de la información.

Así, mientras que TVE-1 reduce la posibilidad de tratar el tema de la inmigración como problemática de carácter público casi exclusivamente al formato de la noticia en sus ediciones del *Telediario*, las cadenas estatales de gestión privada ofrecen, en su franja matinal, espacios de discusión o tratamiento en profundidad de éste y otros temas de la

agenda pública (*Buenos días España* o *El primer café* en Antena 3 TV, *La mirada crítica* en Tele-5, y *Bon dia, Catalunya* en TV3).

A excepción de Tele-5, que opta por un comentario humorístico e irónico de la agenda informativa (*Pecado original*), todas las cadenas analizadas muestran una tendencia común en los programas de tarde o *acces prime-time* a dar espacio a reportajes más amplios que optan por un enfoque de proximidad tanto en el estilo audiovisual como en la acotación sociogeográfica, aunque con matices diversos (*En directe* en TV3, *Espejo público* en Antena 3 TV o *Gente* en TVE-1).

Sin embargo, es la televisión autonómica catalana la que se desmarca de esta labor informativa circunscrita a las ediciones periódicas y un formato vespertino de proximidad. TV3 amplía y diversifica la oferta de programas cuyo objetivo principal es el de informar tanto en lo referente a las estrategias discursivas (entrevistas, reportajes, debate en plató, o documentales son algunas de las propuestas presentadas) como en la ubicación de estos espacios en la parrilla, en su mayoría en horas de máxima audiencia (*Cosas que passen, En camp contrari, Entre línies, 30 minuts*). La cadena catalana opta por una construcción del tema de la inmigración como problemática pública con un alcance amplio y plural en términos informativos, que le permite no sólo publicar datos o informes relativos a la inmigración, sino también vehicular discursos sobre dificultades o avances en la integración de los flujos migratorios, o generar y promover un debate público sobre cuestiones de interés social relacionadas con la inmigración.

La presencia de la información en *prime-time* contrasta con la política de programación de las cadenas de cobertura estatal, que apuestan exclusivamente por una oferta de entretenimiento para maximizar la audiencia. Una oferta que en la temporada 2002/2003 protagonizan los *reality shows*, y en menor grado, la ficción seriada de producción propia.

Los *reality shows* aparecen como programas estelares no sólo por su resultado en términos de audiencia, sino, y sobretodo, por su potencial de generar contenidos que permiten alimentar los espacios de las franjas de menor relevancia. En la temporada 2002/2003 se constata la expansión de este fenómeno en las cadenas estatales,

donde la homogeneización de los bloques de programación de mañana y de tarde es un hecho indiscutible. Se reduce de este modo, la posibilidad de crear lugares posibles para la construcción de la inmigración como tema público, ya que los espacios propuestos, prácticamente idénticos entre sí, al margen de los contenidos del *reality* de referencia obligada, se limitan en su mayoría a la esfera privada y a las secciones de testimonios anónimos que no superan la exposición de vivencias singulares y evitan articular un debate sobre la dimensión pública de los temas tratados.

En este punto también se desmarca la televisión autonómica catalana que, carente de *realities* en su parrilla, presenta un magazine informativo matinal de mayor duración, donde aborda aquellos temas de la información de actualidad que requieren una reflexión o debate social por su carácter de problemática pública. Y del mismo modo, el magazine de tarde *La Columna*, pese a ser el entretenimiento su objetivo principal, se diferencia de sus homólogos estatales al optar por contenidos más sociales o propios del ámbito de ocio (moda, televisión, cine, etcétera) y evitar tanto los temas de prensa rosa como la explotación de la esfera privada.

El otro gran eje de entretenimiento lo constituye la oferta de ficción, que contribuye a la creación de la imagen corporativa del canal y aporta un valor esencial para la programación televisiva: la fidelización de la audiencia.

En el contexto de una temporada donde la innovación en el terreno de la ficción seriada queda en manos de las cadenas estatales privadas, y copa el techo de estrenos posibles en *prime-time*, destaca la respuesta de la audiencia a favor de las series con trayectoria consolidada (*Un paso adelante* en Antena 3 TV; *El comisario* y *Hospital Central* en Tele-5). Esto, unido al hecho de tratarse de series de ficción ambientadas en el sector profesional sanitario, policial o educativo, que actúa como fuente de inspiración, las convierte en un referente imprescindible para el análisis de la construcción de la imagen pública de la inmigración en España.

La ficción activa un campo de estrategias discursivas que permiten establecer nexos lógicos entre las acciones mostradas, y por tanto, lecturas y reflexiones sobre los comportamientos y actitudes que se representan en torno a la conflictividad derivada de la integración de la inmigración

en un contexto social narrado que se asemeja, cuando no asimila, al propio. Por ello resulta especialmente significativa la ausencia de la inmigración como tema, ya sea a través de tramas episódicas o de personajes fijos, en las dos únicas series de producción propia de la televisión pública estatal. Y en el extremo opuesto, destaca de nuevo la autonómica catalana no sólo por una presencia constante del tema de la inmigración en sus relatos de ficción propia, sino por su oferta de ficción plural y diversificada en el global de la parrilla.

Como conclusión global del análisis comparado de las estrategias de programación de las cadenas generalistas en la temporada 2002/2003, puede señalarse una clara disparidad entre la cadena pública catalana y las cadenas estatales, al margen de cuál sea su gestión.

A juzgar por la sensibilidad, pluralidad y diversidad del tratamiento y la presencia del tema de la inmigración que se ha podido observar en el análisis de la temporada 2002/2003, resulta evidente el esfuerzo constante por parte de TV3 de cumplir con los criterios de programación que la propia cadena fija en su condición de servicio público.

En contraposición, Tele-5 y Antena 3 TV, de acuerdo a sus objetivos comerciales como cadenas de gestión privada se constituyen como actores políticos y sociales de manera activa a través de la línea editorial de sus informativos diarios y de la ficción televisiva seriada. Ésta última se convierte en un elemento clave de relación entre la cadena y la realidad social circundante, al enmarcarse en un contexto de programación televisiva donde impera el entretenimiento de *realitys* y *talk-shows* y los contenidos de prensa rosa, y que por tanto, evita un papel activo en otros frentes.

Por último, cabe señalar que TVE-1 opta por un posicionamiento sin duda más próximo al de sus competidoras en ámbito estatal que al de su homóloga pública en el ámbito autonómico. Su labor como actor social y político en un tema de candente actualidad como es la problemática de la inmigración en el contexto de la temporada televisiva 2002/2003 dista del planteamiento firme, plural y diverso de TV3, y se reduce prácticamente al mínimo informativo, haciendo de las ausencias su dato más significativo.

En definitiva, se desprende del análisis de las estrategias de programación de las cadenas generalistas estatales y la autonómica catalana, una clara divergencia tanto en

términos de oportunidad u oferta de lugares posibles como en términos de tratamiento discursivo de temas de interés público como la problemática derivada de los flujos migratorios. Estas diferencias son las que permiten valorar su papel como actores sociales y políticos en la construcción de la imagen pública de la inmigración en España.

Notas

- 1 El proyecto de investigación “La televisión y la construcción de una imagen pública de la inmigración en España” fue liderado por el Grupo UNICA de la Universitat Pompeu Fabra, bajo la dirección del Dr. Josep Gifreu.
- 2 Véase: J.M. Contreras y M. Palacios, 2001.
- 3 La programación de flujo o *continuum* de emisión para captar y mantener el máximo de audiencia a lo largo del devenir televisivo redefine el propio acto de programar como una estrategia de construcción del discurso televisivo más allá de las unidades discretas.
- 4 Las franjas horarias de programación televisiva en España se han consolidado entre las diferentes cadenas en nueve particiones: desde la banda despertador (de 7 a 9 horas) que marca el inicio de la jornada escolar y laboral mayoritaria, pasando por la franja matinal (de 9 a 13 horas), y el acceso a mediodía (de 13 a 15 horas) que supone el regreso al hogar de estudiantes y algunos profesionales hasta llegar al primer máximo de consumo, el del *prime time* de mediodía (de 15 a 16 horas); después de una larga franja de sobremesa o tarde (de 16 a 19 horas), se llega al acceso (de 19 a 21 horas) y el *prime time* nocturno (de 21 a 24 horas), el de más consumo televisivo del día, al que le sigue la franja abierta en los noventa a partir de las 24 horas (*Late night*, de 24 a 2 horas) y una última franja, fuera del cómputo de audiencias de Sofres en España, denominada de madrugada (de 2 a 7 horas) que cierra el ciclo. [Contreras, J.M. y Palacios, M., 2001]
- 5 Se confirma como una percepción compartida entre quienes estudian la programación televisiva en nuestro contexto inmediato, y es una muestra significativa de ello, el apunte realizado por el Consell de l'Audiovisual de Cata-

lunya en su Informe de 2003 (*Quaderns del CAC, número extraordinari, setembre de 2004*, pg. 40).

- 6 Las premisas básicas que delimitan el estudio de inmigración son la consideración de los flujos migratorios de procedencia comunitaria o extracomunitaria (no nacional) en el contexto contemporáneo de España. Cabe añadir que se estudian únicamente aquéllos espacios televisivos donde se detecta la presencia explícita de la inmigración como tema. Así, por ejemplo, la aparición de un inmigrante en el palimpsesto televisivo no es relevante por sí misma, a menos que sea su condición como tal el tema tratado en el programa objeto de estudio.
- 7 La referencia a esta clasificación funcional, adoptada por criterios estrictamente pragmáticos, se halla en el Informe "Inmigración y Racismo. Análisis de radio, televisión y prensa española", Informe anual 2002. Ministerio de trabajo y asuntos sociales.
- 8 Para un análisis más detallado de esta perspectiva de aproximación a la ficción como elemento de construcción social en tanto que relato de una sociedad para sí misma y desde sí misma, puede consultarse la obra de referencia de la socióloga Milly Buonanno publicada en castellano (*El drama televisivo*. Barcelona, Ed. Gedisa, 1999).
- 9 Se trata de una serie ambientada en una academia de baile, dirigida preferentemente a un público joven y que data de las fechas próximas a la eclosión de series construidas a partir de colectivos profesionales. Pero mientras que *Policías, en el corazón de la calle* ya únicamente aparece durante esta temporada como reposición en forma de telefilm emitido de madrugada, *Un paso adelante (UPA)* se convierte en la apuesta estrella de la ficción televisiva seriada de Antena 3 TV.
- 10 Se trata de exponer conflictos personales (infidelidades, disputas familiares, enfermedades, maltratos...) con una voluntad de ejemplificación más que de reflexión a nivel de esfera pública (sin que se aborden cuestiones de estructura familiar, sanidad, violencia doméstica, etc.) Aunque puede darse un tratamiento puntual de la inmigración como tema social, la actitud dominante en el programa es la de evitar la seriedad y la reflexión, y volver al entretenimiento.
- 11 Los propósitos de la cadena autonómica catalana se resumían en estos términos: ser la cadena de referencia en información, de calidad tanto en los contenidos como en la forma, de seguridad y estabilización de los hábitos de consumo del público mayoritario franja a franja, de proximidad en su dimensión cultural y diferenciándose de otras cadenas en la configuración de una línea de programas dramáticos, de entretenimiento y documentales. Cabe destacar el impulso dado por TV3 al ámbito de la producción audiovisual catalana, gracias a los convenios de fomento de coproducciones, fijando un mínimo anual de *TV movies*, documentales y series de animación, lo que ha conseguido incrementar su espacio en la programación de las últimas temporadas. Cabe recordar asimismo que en la temporada 2002/2003, como televisión pública catalana, TV3 se regía por las políticas del gobierno de Jordi Pujol, en la que sería la última legislatura de *Convergència i Unió* tras 23 años al frente de la Generalitat de Catalunya.
- 12 Son una muestra: la presencia creciente de jóvenes europeas que trabajan como niñeras en Cataluña; el equipo de fútbol multirracial del Raval como vehículo de integración; la adaptación de Maxi Rodríguez, jugador argentino fichado por el RCD Español, a Barcelona; las uniones por interés promovidas por agencias matrimoniales entre catalanes y ucraineses; la integración de la comunidad filipina en Cataluña; la convivencia de un estudiante guineano con una familia catalana; la ocupación de las Casernas de Sant Andreu y la convivencia entre sus 500 ocupantes, inmigrantes de diversa procedencia; o la integración de la segunda generación de inmigrantes chinos en Cataluña, entre otros.
- 13 En "30 minuts" aparecieron a lo largo de la temporada temas como la vivencia de los hijos de inmigrantes tras el endurecimiento de la Ley de extranjería, la percepción negativa de la sociedad sobre la inmigración o la resolución de conflictos derivados entre dos culturas, la materna y la paterna, en "Fills de dos mons"; o la problemática derivada de la inmigración masiva analizando la situación de riesgo de conflicto social entre los diversos colectivos que conviven en el barrio de la Pau de Badalona, con un 40% de población inmigrante extranjera en "Recuperar la paz".

Bibliografía

GABINETE DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (GECA). *Anuario de la televisión 2004*, editado por GECA a partir de datos de TNS Audiencia de Medios.

CONTRERAS, J.M.; PALACIO, M. *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis, 2001.

“Estatuto de Radio y Televisión Española” en *Leyes Políticas del Estado*. Madrid: Civitas- Ministerio de Justicia, 1994.

CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ. *Pla d'activitats per a l'any 2003*. Generalitat de Catalunya

CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ. *Pla d'activitats per a l'any 2003*. Generalitat de Catalunya

GENERALITAT DE CATALUNYA. *Pla Contracte-Programa 2002 / 2005*.

FUNDACIÓN CENTRO DE INVESTIGACIONES, PROMOCION Y COLABORACIÓN INTERNACIONAL (CIPIE). *Inmigración y Racismo. Análisis de radio, televisión y prensa española, Informe anual 2002*. Ministerio de trabajo y asuntos sociales.

FUNDACIÓN CENTRO DE INVESTIGACIONES, PROMOCION Y COLABORACIÓN INTERNACIONAL (CIPIE). *Inmigración y Racismo. Análisis de radio, televisión y prensa española, Informe anual 2003*. Ministerio de trabajo y asuntos sociales.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe de l'Audiovisual de Catalunya 2003. Quaderns del CAC*, número extraordinario, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, septiembre 2004.

Enlaces

<http://www.antena3tv.com>

<http://www.ccrtv.com>

<http://www.immersomigracion.upco.es>

<http://www.ine.es>

<http://www.rtve.es>

<http://www.Tele-5.com>

<http://www.tvcatalunya.com>