

MANUAL D'ESTIL

Aquest Manual d'Estil té la finalitat de contribuir a una societat més oberta i solidària. És una eina de treball oberta a noves aportacions i el seu èxit depèn de l'actitud decidida dels professionals de la comunicació contra les actituds racistes i xenòfobes.

– **No s'han d'incloure el grup ètnic, el color de la pell, el país d'origen, la religió o la cultura si no és estrictament necessari per a la comprensió global de la notícia.**

Una persona s'adequa als **arquetips** que es formen en el consens social, amb **imatges favorables** que s'han de conservar i potenciar i **imatges desfavorables** contra les quals cal lluitar. Els mitjans de comunicació treballen sobre aquest corpus d'imatges i arquetips comuns per a la majoria, per tal de facilitar la **comprensió del missatge informatiu**. Sembla necessari que tothom, **emissors i receptors**, tinguem una visió força semblant de la realitat que ens envolta, si més no, cal que l'anomenem de la mateixa manera.

En la pràctica professional quotidiana i en l'afany per tenir presents els elements bàsics de la informació periodística – **què?, qui?, on?, quan? i per què?**– introduïm ítems que semblen complementar la notícia tot i que el resultat final condiona la lectura que els receptors fan de la realitat des de la finestra dels mitjans.

– **La realitat periodística ens demostra que el grup ètnic, el color de la pell, el país d'origen, la religió o la cultura no són dades susceptibles de ser notícia quan fan referència a l'arquetip dominant.**

D'altra banda, hi ha la tendència – en general inconscient– de destacar aquests aspectes quan la notícia parla, directa o indirectament, de membres de minories ètniques, tot i que per a la comprensió global de la notícia no sigui estrictament necessari.

A més, aquesta tendència es potencia per la pressió del temps derivada de les rutines de producció periodística a què els mitjans de comunicació estan sotmesos.

– **La reflexió és el millor antídote per tal de no reproduir aquests esquemes.**

– **Cal evitar les generalitzacions, els maniqueïsmes i la simplificació de les informacions. Els residents estrangers no comunitaris són tan poc homogenis com els autòctons.**

Els mitjans semblen buscar una imatge concreta, un fet real, per a **confirmar l'estereotip**. La generalització sistemàtica en els termes, en la forma i en el fons, afavoreix la comprensió de la informació, però alhora la **deforma i simplifica greument**. La realitat informativa dels residents estrangers no comunitaris és molt més gran del que informen els mitjans.

Els **tòpics negatius** tendeixen a reforçar l'exclusió del grup o dels individus a qui es fa referència. **Cal evitar, doncs, l'aplicació de tòpics del tipus:** "els moros són bruts", "Els xinesos són mafiosos", etc., que només incideixen en **aspectes negatius que queden enregistrats en el substrat cultural**. Les generalitzacions també tendeixen a reforçar l'associació, sense fonament, entre minoria ètnica i problema social.

– **L'abús de la generalització dels termes, amb la "bona intenció" de facilitar la comprensió de la notícia, porta el receptor a una concepció maniquea de la realitat.**

Hi ha una certa tendència periodística cap a la **etnificació de la realitat social**. Els residents estrangers no comunitaris són tan poc homogenis entre ells mateixos com ho són els diferents col·lectius presents en la nostra societat.

Les frases fetes, els tòpics, conformen tot una llista de prejudicis que substitueixen l'esforç necessari per tal d'utilitzar el gentilici correcte per a cada col·lectiu. **La millor manera de fer-ho és consultar les persones interessades per saber com desitgen ser anomenades, com a individus i com a col·lectius.**

– **No s'han de potenciar les informacions negatives ni les sensacionalistes. Cal evitar crear inútilment conflictes i dramatitzar-los. S'ha de potenciar la recerca de notícies positives.**

En molts casos, la recerca d'informació és la **recerca d'objectes i d'imatges que reforcin la nostra manera de veure la vida i entendre la realitat**. Dins un context majoritàriament negatiu l'opinió dels receptors s'acaba convertint també en negativa.

Les notícies de residents estrangers no comunitaris semblen atreure pel seu **sensacionalisme** i no pel seu contingut en notícies. Si els periodistes només parlem de les informacions quan aquestes són negatives, la percepció del carrer, de la societat, no pot ser positiva. Això no vol dir que les informacions negatives no s'hagin de difondre, sinó que és bo donar-ne també sempre el contrapunt.

Si fem una ullada ràpida als mitjans de comunicació podem veure que les minories ètniques com a grup, o els seus membres com a individus, apareixen com a delinqüents o com a persones a qui els arriben totes les desgràcies. En qualsevol cas, es denigra la seva figura. **El tractament informatiu de les persones immigrants i residents estrangers no comunitaris hauria de fer-se amb la màxima normalitat.**

Tampoc no s'ha d'oblidar la importància dels termes utilitzats. **Cal desterrar termes que ens hem acostumat a veure habitualment en els mitjans de comunicació.** Relacionar directament termes com invasió, **brot, allau o grans onades amb grups o individus immigrants**, perjudica sensiblement la imatge social dels residents estrangers no comunitaris.

– **Equanimitat en les fonts d'informació. Cal contrastar les institucionals i s'han de potenciar les pròpies de les minories ètniques i tenir especial cura en les informacions referides als països d'origen. Publicar les rectificacions com a elements habituals de qualitat del mitjà informatiu.**

Els mitjans de comunicació, segurament com a reflex de la societat a què pertanyen, **institucionalitzen unes fonts d'informació en perjudici d'unes altres. La fiabilitat periodística apunta sempre cap a la mateixa direcció, la de la institució.**

Les **fonts d'informació** més consultades quan cobrim una informació que afecta un col·lectiu d'immigrants o un membre d'una minoria ètnica són, per aquest ordre: ministeris, experts en immigració, serveis socials, ONGs, forces de seguretat, ajuntaments, etc. **Quasi bé mai són consultats els immigrants.** Les rutines de producció informativa i la manca d'informadors estables tenen bona part de culpa.

– **Cal trencar amb la inèrcia d'adreçar-se, per sistema, a les fonts institucionals.** Hi ha altres emissors de la informació, i allà on no n'hi ha, cal potenciar-ne la creació. Fóra útil que els **col·lectius de residents estrangers no comunitaris tinguéssim la seva pròpia agenda** de periodistes sensibilitzats a qui recórrer quan es produís una notícia i volguéssim un canal d'expressió. Per part dels periodistes, caldria proveir-nos d'una **agenda de possibles informadors, experts i especialistes**, sortits dels col·lectius de residents estrangers no comunitaris, que poguéssim aprofundir en aquestes qüestions o donar un altre punt de vista no oficial o, si més no, trencar l'estereotip.

– **Les rectificacions de les informacions que facin referència directa o indirecta als residents estrangers no comunitaris s'haurien d'acceptar com una pràctica habitual i beneficiosa.** La rectificació ha de ser espontània i pròxima en el temps. Cal anar cap a una cultura de la rectificació.

– **Responsabilització dels professionals. La importància de la ubicació física de la informació. "L'efecte dominó". Utilització del material gràfic:**

1. És molt important l'**espai físic que dediquem a les informacions** que fan referència, directa o indirectament, als residents estrangers no comunitaris. No tant des d'un punt de vista quantitatiu, sinó des d'un punt de vista més qualitatiu. Hem de contextualitzar la nostra informació amb la resta d'informacions que compartiran espai físic o hertzià.

2. Cal intentar que el **tarannà negatiu** d'una informació –morts, malalties, guerres... – on apareixen aspectes ètnics, religiosos o culturals no influeixi, per la seva proximitat en l'espai informatiu o pel moment de la seva difusió, en altres notícies més properes a nosaltres que tinguin un referent ètnic, religiós i cultural similar. **Una notícia negativa afecta –tal i com faria una fitxa de dominó que cau damunt d'una altra– altres notícies que siguin pròximes físicament i tinguin un referent comú.**

3. Els editors, caps de secció, d'àrea o de tancament dels diferents mitjans, són responsables naturals de la **ubicació de cadascuna de les informacions**. És per això que són els més capacitats per tenir una visió global del contingut informatiu del mitjà.

4. Les **imatges (fotografies, vídeo, etc.) són els elements més susceptibles de ser manipulats** i la seva eloqüència coneguda fa que calgui extremar la prudència a l'hora de seleccionar una imatge que pot transformar totalment el sentit d'una informació.

– **Militància periodística: cap a una multi–interculturalitat enriquidora per a tots. La potenciació de les informacions en positiu.**

La influència dels mitjans de comunicació en la visió que la societat té de la realitat obliga els professionals de la informació a tenir un **compromís més acurat** en el moment de reflectir el sentit positiu de la multi–interculturalitat.

La voluntat del professional és de gran importància per a la recerca i l'elaboració de notícies positives en un context dins el qual les que trobem són majoritàriament negatives. **Això no vol dir reflectir una realitat tova o amagar informacions.** Com a informació positiva, tan aviat podem considerar la cobertura d'una acció positiva com les declaracions en una informació d'un membre d'un col·lectiu immigrant, per exemple, o la presentació positiva en aquests sentit de qualsevol informació.

Un altre nivell en aquest camí seria la potenciació de l'aparició, en informatius de televisió i ràdio i en diaris, revistes i qualsevol producte informatiu, de periodistes i **presentadors de**

diverses minories ètniques, la qual cosa té un gran efecte normalitzador.