

Radio Multikulti: de la reunificación a la integración cultural

Lorena R. Romero Domínguez. Universidad de Sevilla

1. Introducción

En diciembre de 2008, pocos meses antes de la apoteosis televisiva con motivo del aniversario de la reunificación alemana, la capital germana perdía una de sus señas de identidad mediática. Radio Multikulti (RMK, en adelante), la cadena que surgió en 1994 para reflejar la diversidad cultural de la capital europea, cerraba como consecuencia del recorte presupuestario originado por la crisis económica mundial. La emisora, un proyecto de la cadena pública Rundfunk Berlin Brandenburg¹⁰² (rbb, en adelante, integrada en la *Arbeitsgemeinschaft der Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland*¹⁰³), se presentaba como referencia de la interculturalidad berlinesa, un espacio dedicado a acercarse a las comunidades culturales minoritarias en Berlín, al tiempo que se afanaba por dar a conocer entre la población alemana las costumbres y tradiciones de sus vecinos más cercanos, los ciudadanos que se concentraban –y se concentran– en los barrios de Kreuzberg, Neukölln, Wedding y Tiergarten.

Gracias a su programación en más de 20 idiomas, RMK había conseguido hacerse con una cuota fija de oyentes nada desdeñable para una modesta emisora local (un 0,8 de audiencia, lo que se traducía en casi 40.000 oyentes diarios) y se presentaba ante la opinión pública como un importante movimiento de base civil que fomentaba el conocimiento de las diversas culturas que conviven en la ciudad, consolidando su papel como herramienta de integración de los colectivos minoritarios. Tal es así que ante el aviso de su desaparición, se pusieron en marcha diversas campañas ciudadanas para evitar el cierre de la misma, desde la tradicional recogida de firmas (se presentaron más de 31000 rúbricas de apoyo pidiendo el mantenimiento de la emisora a la directora de la rbb, Dagmar Reims), hasta la creación de un canal en *Youtube* bajo el lema “RMKMB”: “Radio Multikulti muss bleiben”¹⁰⁴) donde no faltaban imágenes bastante tópicas en las cuales se presentaba a ciudadanos con estética neonazi rompiendo la concordia cultural de la ciudad.

Ilustración 15: Escenas de las protestas por el cierre de RMK.

¹⁰² Rundfunk Berlin-Brandenburg nació el primero de mayo de 2003 como consecuencia de la fusión entre la Sender Freies Berlin (SFB), localizada en Berlín, y la Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg (ORB), con sede en Potsdam. Radio Multikulti había surgido dentro de la oferta de la SFB y emitía en la frecuencia de onda media 106,8.

¹⁰³ Asociación de Empresas de Radiodifusión Pública de la República Federal Alemana. En adelante, ARD. Creada en 1950, la ARD es resultado de la unión de nueve centros de radiodifusión federales: Bayerische Rundfunk (BR), Hessische Rundfunk (HR), Mitteldeutsche Rundfunk (MDR), Norddeutsche Rundfunk (NDR), Radio Bremen (RB), Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB), Saarländische Rundfunk (SR), Südwestrundfunk (SWR) y Westdeutsche Rundfunk (WDR), así como la corporación federal de radiodifusión Deutsche Welle (DW). La ARD emite de forma diaria más de 1400 horas de radio y 240 de televisión. Según datos de la Kommission zur Ermittlung der Konzentration in Medienbereich (KEK), tiene una cuota de mercado del 55% en radio y el 29% en televisión, ésta última lograda gracias a los programas de ARD y ARD DRITTE, así como a su participación en las cadenas especializadas Ki.Ka (programación infantil), Phoenix (reportajes y documentales), ARTE (programación cultural) y 3sat (programación cultural en alemán).

¹⁰⁴ La campaña completa puede encontrarse en los siguientes links: http://www.youtube.com/watch?v=s-92QhKY_tI; http://www.youtube.com/watch?v=ejpzZO_Nq-4&feature=related; <http://www.youtube.com/watch?v=QtXdXur0yiM&feature=related>.



Fuente: *Die Welt* [http://www.welt.de/welt_print/article2953278/Radio-Multikulti-soll-im-Internet-weiterleben.html].

A pesar de las protestas, el cierre de RMK era definitivo: mantenerla supondría agravar la deuda de 54 millones de euros que la rbb arrastraba para el periodo 2009-2014, mientras que su cierre podría ahorrarle entre 12 y 15 millones. Como respuesta, una parte de su equipo periodístico migraba hacia la web y creaba [multicult2.0](http://www.multicult.fm/multicult20/) (<http://www.multicult.fm/multicult20/>), una plataforma interactiva que recogía el testigo de la emisora radiofónica y se definía del siguiente modo:

“**multicult2.0**, weil multikulturell: Die medialen Angebote für die migrantischen Communities reichen nicht aus. Es gibt eklatante Defizite bei der Förderung der Medienkompetenz von Migrantinnen und Migranten. Als zukünftiges journalistisches Kompetenzzentrum wollen wir kulturelle Vielfalt als Normalität im Programm abbilden, Chancen einer Einwanderungsgesellschaft aufzeigen sowie Hintergründe und Lösungsansätze bei Konflikten beleuchten. Es geht uns um die Ausweitung der interkulturellen Ausrichtung von Journalisten mit und ohne migrantischem Hintergrund. Unser Potenzial dazu liegt auf der Hand. Viele Mitglieder unseres Teams sind erfahrene Journalistinnen und Journalisten mit Wurzeln in unterschiedlichen Kulturen. Jahrelang haben sie für Radio Multikulti und andere Medien über migrationspolitische Themen berichtet.

[**multicult2.0** es multicultural. En los medios de comunicación, no hay suficientes ofertas para las comunidades de migrantes. Hay déficits muy claros en cuanto a la capacitación de inmigrantes en medios de comunicación. Como futuro centro de capacidad periodista, queremos presentar la diversidad cultural como normalidad en nuestro programa, demostrar las posibilidades de una sociedad de inmigración, así como destacar causas y posibles soluciones de conflictos. Lo que nos importa es ampliar la orientación intercultural de periodistas, tengan o no un trasfondo de inmigración]”.

Ilustración 16: De RMK a multicult2.0.



Fuente: *Die Welt* [http://www.welt.de/welt_print/article2953278/Radio-Multikulti-soll-im-Internet-weiterleben.html].

A pesar de la creación de multicult2.0, la rbb ya tenía un “sustituto” para RMK: Funkhaus Europa (<http://www.funkhauseuropa.de/>) de la Westdeutscher Rundfunk (WDR), una emisora con similares planteamientos pero de base regional lo que suscitaba bastantes dudas sobre su capacidad para satisfacer la específica demanda cultural e informativa de la población berlinesa.

Las dificultades económicas parecían haber hecho olvidar el trasfondo de RMK y el trabajo desarrollado en pro de la integración desde que surgiera en 1994 en un Berlín reunificado y permeable a las influencias culturales de los heterogéneos colectivos que habían estado llegando a la ciudad desde la década de los años 60, cooperando a su re-construcción física y, más importante aún, simbólica, como ciudad de encuentro.

2. La radio de la reunificación cultural

Según cifras del Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung (BIBE)¹⁰⁵, en Alemania residen casi 15 millones de inmigrantes, lo cual supone un 20% del total de su población. Esta realidad migratoria se hace especialmente patente en Berlín, donde se producen interesantes ejemplos de interacción cultural desde hace más de cuatro décadas. Como informa la Oficina de Integración y Migración del Senado de Berlín¹⁰⁶, “Las comunidades de inmigrantes de mayor tamaño se fundaron en los años 60 y 70 del siglo XX como resultado de la inmigración laboral. Después del levantamiento del muro, la parte oeste de Berlín contrató a muchos trabajadores especialmente de los países mediterráneos, pero también de Corea del Sur. A la parte este llegaron, aunque en números más reducidos, trabajadores de Vietnam, Cuba o Polonia, por nombrar algunos ejemplos. Berlín acogió además a refugiados y perseguidos políticos de numerosos países”. En este contexto no extraña que, desde una fecha tan temprana como 1974, existieran ya en la ciudad emisiones radiofónicas en turco y en serbo-croata, con el objetivo de facilitar el acceso a la información para esta población y cumplir, así, con un derecho constitucional.

Estos tímidos intentos dieron paso, 20 años después, al surgimiento de una de las emisoras que más ha trabajado para representar la multiculturalidad de la capital germana. RMK aparecía en 1994 y escenificaba con su nacimiento la otra reunificación que tenía lugar en la recién (re-)creada capital de la República Federal de Alemania. Gracias a ella se superaba la simplificación entre *ossis* y *wessis* y se reflejaba la diversidad étnica y cultural que había sido la nota dominante de su ciudadanía desde la década de los 60.

¹⁰⁵ <http://www.berlin-institut.org/>

¹⁰⁶ <http://www.berlin.de/lb/intmig/index.es.html>

Aunque en sus orígenes el proyecto tenía una duración estimada de tres años, su deseo de convertirse en un servicio público radiofónico capaz de atender las necesidades de la amplia comunidad inmigrante, extendió la duración del mismo a catorce años, en los cuales ha cumplido con creces sus metas. La nota para su éxito, ofrecer programas para las audiencias minoritarias en sus respectivos idiomas e informar de asuntos de interés para dichas comunidades, al tiempo que se atendía a la población autóctona, ofreciendo programas en alemán gracias a los cuales los habitantes de Berlín podían comprender la heterogeneidad de su ciudad. Así lo ha resumido la periodista del *Spiegel Online* Antonia Götsch en su artículo “Viele Akzente, ein Programm” (“Muchos acentos, un programa”): “Radio Multikulti in Berlin will Einwanderer integrieren und Deutsche aufklären” (“Radio Multikulti en Berlín quiere integrar a los inmigrantes e ilustrar a los alemanes”). Con este doble objetivo, se ofrecía un grueso de emisiones en alemán (desde las 6 de la mañana hasta las cinco de la tarde) y espacios, entre otros, en los siguientes idiomas: albanés, árabe, bosnio, croata, griego, italiano, kurdo, macedonio, persa, polaco, rumano, ruso, serbio, silesio, español, esloveno, turco y vietnamita.

Este multilingüismo, como apunta Friedrich Voss, uno de los padres fundadores de la cadena, se convertiría en una de las notas distintivas de RMK, ya que se rompía el estereotipo dominante de que las comunidades migrantes sólo quieren escuchar programas en su propia lengua para lo cual disponían, en un principio, de la televisión por satélite y, posteriormente, de Internet. Gracias a su programación en alemán y en otros idiomas se alcanzaban importantes logros. En primer lugar, se ayudaba a superar los problemas de conocimiento del idioma que muchos de estos colectivos venían arrastrando desde su llegada al país. Pero su influencia fue, incluso, más allá, ya que gracias a la visibilización de estos grupos, la propia radio comercial en alemán se vio “obligada” a contar con periodistas de nacionalidad germana e impronunciable apellido y con acento polaco o turco, como destaca Jacek Tryblewski, integrante del equipo editorial de RMK desde sus comienzos.

Frente a estas conquistas, Peter Kleinert, periodista del *Neue Rheinische Zeitung*, apuntaba la enorme pérdida que, con el cierre de la emisora, se ocasionaría a la radiodifusión pública y, por ende, a la información como derecho básico de la ciudadanía:

“Als erstes multikulturelles Vollprogramm in Deutschland, seit 1994 auf Sendung, spielt radiomultikulti für die Integration ausländischer Mitbürgerinnen und Mitbürger eine außerordentlich wichtige Rolle. Das Aus für radiomultikulti steht in deutlichem Widerspruch zur Selbstverpflichtung der ARD, einen Beitrag zur Integration zu leisten. Alle darin aufgeführten Ziele sind bei radiomultikulti seit 1994 Programm. Dass ausgerechnet jetzt diese Welle dem Rotstift zum Opfer fallen soll, stellt die Glaubwürdigkeit der ARD in Frage. Dabei sind Integration und Vielfalt, wie sie radiomultikulti repräsentiert, auch eine Legitimation für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Mit der Einstellung von radiomultikulti würde ein wichtiger Bestandteil der Programmvielfalt verloren gehen.

[Como primer programa multicultural en Alemania desde 1994, RMK ha jugado un destacado papel en la integración de los ciudadanos extranjeros. La desaparición de RMK supone, pues, una clara contradicción con los principios de la ARD, entre cuyos objetivos se encuentra servir a la integración. A esa meta ha respondido desde 1994 RMK. Si la cadena ha tenido que ser suprimida como medida de ahorro se pone en cuestión la credibilidad de la ARD. Además, la integración y la pluralidad, como RMK representaba, se erigen como una legitimación de la radiodifusión pública. Con la suspensión de RMK se ha dejado escapar uno de los componentes esenciales de la pluralidad en la oferta informativa].”

3. RMK y los problemas de audiencia

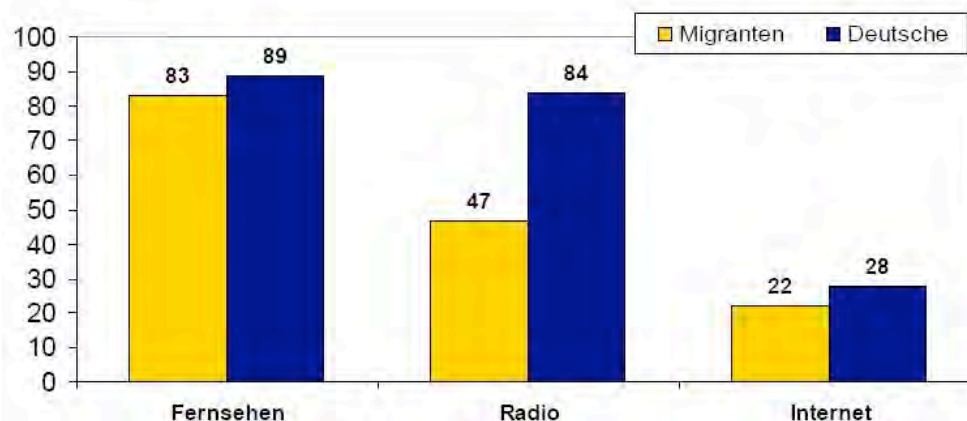
Como manifiestan Penalva y Brückner (2008: 191):

“Para los habitantes procedentes del mismo lugar de origen y que desarrollan su vida cotidiana en un contexto nuevo, las prácticas de adquisición y producción

de significados a través de la comunicación son esenciales en los procesos de socialización y adaptación. Y es ahí donde quedan imbricados los conceptos [...] *cultura* (producción de significados y sentidos) y *comunicación* (puesta en común), para ver su influencia en el proceso social de *integración* (participación y disfrute en el bienestar social de una sociedad)”.

En esta tarea resulta imprescindible el papel de los medios de comunicación, como toda la literatura gris sobre comunicación e interculturalidad se ha encargado de señalar. Para constatarla vamos, sin embargo, a centrarnos en un estudio práctico de dicha realidad. Nos estamos refiriendo a la investigación desarrollada en 2007 por las dos cadenas alemanas ARD y ZDF titulado “Migranten und Medien”, donde se analizan los patrones de consumo mediático por parte de los colectivos inmigrantes en el país. Si bien los resultados no permiten establecer paralelismos entre los grupos estudiados (turcos, italianos, polacos, griegos, ciudadanos de la antigua Yugoslavia y de los países del Este), las conclusiones generales apuntan que todos los grupos son bien ‘alcanzados’ por los medios alemanes, lo que significa, en opinión de ambas instituciones, disponer de condiciones óptimas para favorecer la integración a través de los medios de comunicación. El problema reside, como bien se subraya en sus páginas, en que disponer de una oferta mediática orientada a la integración no reporta ningún avance si los conocimientos del idioma alemán son exiguos por parte de estas comunidades.

Gráfico 37: Consumo de medios de comunicación. Comparativa entre alemanes e inmigrantes.



Fuente: ARD-ZDF Medienkommission, pág. 11.

Como puede observarse en el gráfico, la televisión se convierte en el medio preferido por los migrantes a la hora de informarse y buscar formatos de entretenimiento, mientras que la radio –en comparación con el uso que la población nacional hace– es bastante menor. Sin embargo, y éste asunto nos interesa dado el objeto de nuestra comunicación, se apunta en el estudio de la ARD-ZDF el importante papel que la radio puede jugar en pro de la integración con programas específicos como Metropol FM, WDR Eins Live, Funkhaus Europa (curiosamente no se incluye en esta enumeración a RMK); un reconocimiento destacado a pesar de que los datos obtenidos sobre su consumo no hablan a favor de la misma.

Si tanto en este estudio, como en el acometido el mismo año por Thomas Windgasse titulado “Die Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien” y publicado en la revista *Media Perspektiven*, se apunta el progresivo descenso de la radio en las preferencias mediáticas de los migrantes, podemos plantearnos la capacidad de influencia real que ha tenido RMK en la reunificación étnica y cultural de la capital germana si estos acuden, cada vez menos, a la radio para informarse y entretenerse. Analicemos más detenidamente ambos casos para ratificar si ésta puede haber sido una razón que ayudara en la decisión de cerrar RMK y sustituirla por una emisora de base regional, y no local. Se trata, en definitiva, de cumplir con los principios fundacionales de la radiodifusión pública pero sin perder de vista la rentabilidad y el ahorro de costes que supone disponer de una cadena que garantice dichos principios de manera más amplia, y no sólo circunscrita al ámbito local berlinés.

Thomas Windgasse (2007: 153) apunta el destacado papel que la información radiofónica tiene en pro de la integración de los colectivos minoritarios, pues el consumo de televisión o de

periódicos impresos implica la disposición (con la consecuente inversión) de dispositivos electrónicos o el desembolso de una cantidad de dinero frente a la gratuidad de la radio:

“In der sich wandelnden multikulturellen Gesellschaft stellt sich besonders für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Frage, mit welchen Programmkonzepten die Integration der Migranten und das Zusammenleben von Deutschen und Migranten am besten zu befördern ist. Dazu gehören die Aspekte eines attraktiven Radioprogramms wie Themenauswahl, Informationsschwerpunkte und Musikauswahl ebenso wie die Frage nach dem Sendesprachenkonzept (bei Funkhaus Europa ist die Lingua franca Deutsch, außerdem gibt es mehrere fremdsprachige Angebote).

[En una sociedad cambiante desde el punto de vista multicultural, se plantea como reto para la radiodifusión pública esclarecer con qué tipo de programa se puede favorecer la integración de los inmigrantes y la convivencia entre alemanes e inmigrantes. A este interrogante pertenecen aspectos como la selección temática de la información y la música, así como las cuestiones relacionadas con la lengua de emisión (en Funkhaus Europa se utiliza como lengua franca el alemán, pero hay más oferta en lenguas extranjeras)]”.

El especialista del instituto WDR-Medienforschung ofrece en su artículo los datos de consumo de programas de radio, tanto en lengua alemana como en el idioma originario, de cuatro importantes colectivos: turcos, griegos, ciudadanos de la antigua Yugoslavia e italianos.

Tabla 51: Consumo de programas radiofónicos en lengua alemana y en la lengua de origen por la comunidad migrante.

Nutzungsfrequenz	4 Nationalitäten- gruppen gesamt	Lengua de origen				
		Türken	Griechen	Serben und Montenegriner/ Bosnier/ Kroaten	Italiener	
Radio	täglich/fast täglich	41,0	25,5	47,5	45,8	47,3
	mehrmals in der Woche	20,3	20,7	17,8	25,2	17,6
	mehrmals im Monat	6,9	9,1	6,4	6,4	5,8
	etwa einmal im Monat	1,4	1,4	2,0	1,3	1,1
	seltener	11,2	15,1	10,4	9,4	9,9
	nie	18,8	28,0	15,4	13,9	18,0
Radio	täglich/fast täglich	9,7	11,4	8,8	8,6	10,1
	mehrmals in der Woche	11,5	14,7	10,2	12,8	8,5
	mehrmals im Monat	6,4	5,8	7,2	4,5	8,3
	etwa einmal im Monat	1,8	2,2	1,4	1,6	1,9
	seltener	19,3	20,0	19,0	18,9	19,2
	nie	50,9	45,5	53,0	53,0	51,8

Fuente: Windgasse (*Media Perspektiven*, 3/2007, p. 157).

Como se puede observar, las cuatro comunidades prefieren los programas en alemán antes que en su lengua originaria, si bien los datos muestran que el consumo de radio ha caído desde 2002.

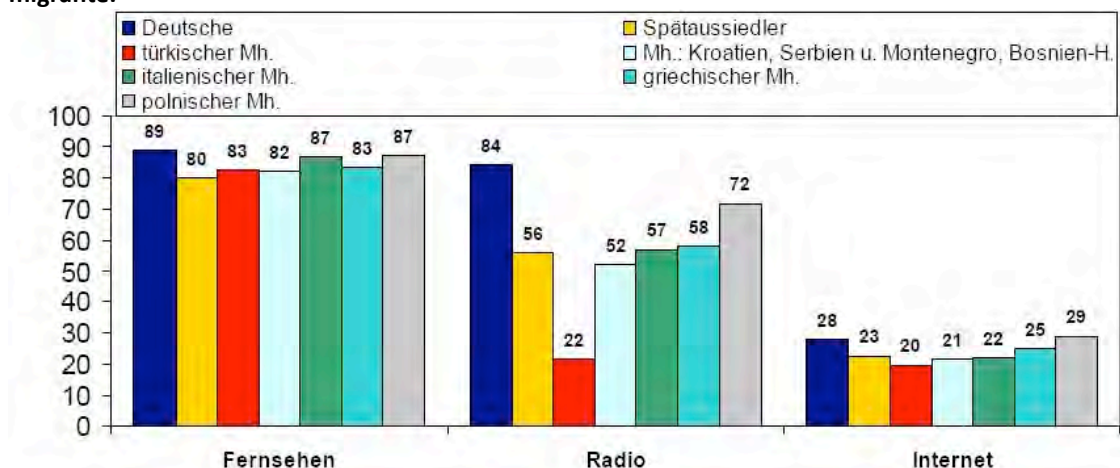
Tabla 52: Consumo de medios de comunicación en la comunidad migrante. Comparativa 2002-2004.

Medium	4 Nationalitäten- gruppen gesamt		Türken		Griechen		Serben und Montenegriner/ Bosnier/ Kroaten		Italiener	
	2002	2004	2002	2004	2002	2004	2002	2004	2002	2004
In deutscher Sprache:										
Tageszeitung	32,0	25,4	20,9	19,9	34,6	25,8	30,9	25,8	41,7	32,1
Fernsehen	72,5	70,4	61,9	64,7	74,6	67,8	81,2	78,2	71,6	71,0
Radio	47,5	41,0	38,6	25,5	49,6	47,5	49,1	43,8	52,8	47,3
In der Sprache des Herkunftslandes:										
Tageszeitung	14,1	11,9	23,2	22,2	12,5	8,7	9,4	6,8	11,3	9,9
Fernsehen	28,1	33,4	51,4	60,0	20,5	26,9	16,2	14,7	24,2	31,8
Radio	11,0	9,7	13,9	11,4	10,3	8,8	11,3	8,6	8,5	10,1

Fuente: Windgasse (*Media Perspektiven*, 3/2007, p. 157).

En el informe de la ARD y la ZDF los datos son bastante similares: sólo un 45% de los encuestados escucha la radio de manera frecuente y, cuando lo hace, prefiere programas en lengua germana antes que en su idioma de origen (salvo la población turca).

Gráfico 38: Comparativa en el uso de medios de comunicación entre alemanes y población migrante.



Fuente: ARD-ZDF Medienkommission, pág. 13.

A la pregunta de por qué escuchan tan poco la radio estos colectivos, el estudio apunta una razón bastante simple: un 25% de la población encuestada no dispone de aparato de radio en su vivienda; un porcentaje que en el caso de la población turca se eleva hasta el 39%. A pesar de la gratuidad de la información radiofónica, como apuntaba Windgasse, también el condicionante tecnológico es aquí un factor decisivo para limitar su uso. Asimismo, los dispositivos de reproducción de música como mp3, cd's o casetes sustituyen a los receptores radiofónicos permitiendo un consumo más personal de música originaria de sus lugares de procedencia. Finalmente, se manifiesta el desconocimiento de la lengua germana como un factor decisivo para poder acceder a la programación radiofónica en dicho idioma.

4. Servicio público frente a rentabilidad económica

Junto a una audiencia cada vez más mermada, la crisis económica mundial ha sido el argumento principal esgrimido para justificar el cese de las emisiones de RMK a finales de 2008. El motivo de su desaparición han sido los planes públicos de financiación previstos para el periodo comprendido entre 2009 y 2014, que van a erosionar las arcas de la rbb provocándole una deuda de casi 54 millones de euros. La razón de dicho descenso se encuentra en la eliminación del pago de tasas para las personas con menos recursos económicos, una medida que repercute positivamente en su economía, pero de manera muy negativa en las posibilidades

de garantizar el derecho constitucional de acceso a una información variada y representativa de los intereses de sus oyentes.

Este sistema de financiación (a través del pago de tasas por la disposición y uso de aparatos de radio) supone el 80% de los ingresos de las cadenas públicas y, según el Acuerdo Estatal de Radiodifusión Pública (*Rundfunkstaatsvertrag*) garantiza la independencia de la información de los intereses económicos y políticos¹⁰⁷. Los beneficios sociales de este sistema, sin embargo, permiten la exención del pago de las mismas a aquellos ciudadanos que perciban el subsidio por desempleo de tipo 2 (no reciben directamente una ayuda económica sino que ésta es de manera indirecta mediante la exención en el pago de tasas públicas) y los estudiantes, quienes reciben un crédito oficial para sufragar sus estudios como estipula la Ley Federal para la Promoción de la Enseñanza.

Con este sistema de financiación y en el contexto de la crisis económica mundial, Dagmar Reims, la directora de la rbb, apuntaba que el incremento en el número de desempleados en Berlín y Brandeburgo había provocado una importante bajada en la recaudación de dinero por el impago de las tasas de radiodifusión, lo que había ocasionado graves problemas económicos a la cadena. De este modo, parece probado, por lo menos para la cúpula directiva del ente público, que las bajas audiencias registradas no habían tenido nada que ver con su desaparición. Así lo ratificaba Christoph Singelstein, director de programación de la rbb en una entrevista concedida a *Die Zeit*. En ella, a la pregunta de si la exigua audiencia de RMK había sido un factor decisivo para su eliminación, Singelstein negaba esta realidad y dirigía la atención hacia el tipo de servicio que podía prestar y al grupo de oyentes al cual se dirigía:

“Leider haben wir nicht so viel Geld zur Verfügung, wie wir bräuchten, um alle Radiosender des RBB zu erhalten. Wir mussten überlegen, was wir in Zukunft mit den vorhandenen Mitteln noch leisten können. Am Ende ist die Entscheidung gegen Multikulti gefallen, weil wir mit dem ganz ähnlichen Funkhaus Europa, das uns der WDR (Westdeutscher Rundfunk) zur Verfügung stellt, eine öffentlich-rechtliche Alternative in der Region anbieten können.

[Desgraciadamente no tenemos el dinero necesario para mantener todos los canales de la rbb. Debemos decidir, consecuentemente, qué prestaciones podemos ofrecer en el futuro con los medios disponibles. Finalmente, la decisión ha ido en contra de Radio Multikulti, porque Funkhaus Europa puede ofrecer el mismo servicio público en la región]”.

En opinión de Singelstein, Funkhaus Europa podía llenar el hueco dejado por RMK sin importar la especificidad de la cadena berlinesa y sin atender al hecho de que la liberación de tasas había supuesto, por tanto, una grave lesión a la variedad de la oferta radiofónica en la capital germana. Una situación apuntada por el alcalde de la ciudad, Klaus Wowereit, del SPD, quien apelaba sin éxito al Senado de la ciudad para plantear una modificación de los planes de financiación previstos para la ARD-RBB. También Martin Dieckmann, responsable de política y medios de comunicación en el sindicato ver-di, denunciaba la paradoja de que el impago de tasas por razones sociales provocaba precisamente una merma en otro derecho fundamental como era recibir una información de calidad y plural, al limitar la oferta mediática de un ente público como la rbb. Debía ser precisamente este tipo de organismos, al margen de los porcentajes de oyentes, los que garantizaran programas como los emitidos en RMK.

Esta contradicción entre productividad comercial y finalidad social era reflejada por Maxi Sickert en la edición online del prestigioso semanario *Die Zeit*. Bajo el significativo título de “Armes Berlin!” (¡Pobre Berlín!), el periodista ironizaba sobre las *bajas* cifras de oyentes de RMK –sólo 37000 seguidores diarios– y cerraba su información con la siguiente diatriba: “Abgesehen davon darf die Quote kein Kriterium für einen öffentlich-rechtlichen Sender sein, der laut Rundfunkstaatsvertrag einen integrativen kulturellen Auftrag hat” (“De acuerdo con estas circunstancias, la cuota de oyentes no debe ser un criterio para las emisoras públicas, las

¹⁰⁷ La vigencia de este sistema está establecida hasta 2013, cuando entrará en vigor un nuevo mecanismo de financiación. El motivo del cambio se encuentra en las profundas transformaciones que en el sector mediático ha originado la digitalización, ya que ha modificado sustancialmente lo que tradicionalmente se entendía por aparato receptor y reproductor. A partir de dicha fecha, el pago de tasas se realizará por vivienda o establecimiento, y no de manera individualizada como se viene haciendo.

cuales, según el Acuerdo de Radiodifusión Estatal, deben tener una función cultural favoreciendo la integración”).

Esta observación del periodista germano no hace sino evidenciar las dificultades de los entes públicos para mantener cadenas y programas con escasa rentabilidad económica pero un marcado carácter de servicio social. De este modo, entran en colisión los estatutos y principios fundacionales de los medios públicos con las exigencias del mercado, en beneficio de éstas últimas, a pesar de que los cambios demográficos que están ocurriendo en todos los países subrayan la necesidad de disponer de estos recursos mediáticos para favorecer la integración cultural. Así lo ha apuntado, por ejemplo, el BIBE en su informe de 2009 donde se subraya que la integración es todavía una tarea pendiente en Berlín. En dicho estudio se apuntan las dificultades de integración que presenta buena parte de la población migrante, a pesar de que algunos individuos llevan más de 30 años residiendo en la ciudad y se encuentran en la tercera generación, es decir, que ya no pueden ser legalmente considerados inmigrantes puesto que nunca han salido del país y disponen de la nacionalidad alemana.

Es por ello que debemos replantearnos el sentido de los principios fundacionales de la rbb, en los cuales se proclama lo siguiente:

“Mit seinen Programmen steht der rbb für 1) Offenheit und Respekt, 2) Toleranz und gegenseitiges Verstehen, 3) Neugier auf Menschen und ihre unterschiedlichen Biographien, 4) demokratische Diskussionskultur, 5) Völkerverbindung und Friedenswillen. Die Programme des rbb wecken Interesse für andere Lebenswelten und Kulturen. Sie zeigen und begleiten den ethnischen, kulturellen und religiösen Wandel in seinem Sendebereich. Der rbb fördert den interkulturellen Dialog.

[La rbb defiende en su programación un espíritu abierto y el respeto y tolerancia hacia posiciones contrarias, la curiosidad por las diferencias entre los grupos humanos, la discusión sobre culturas. Los programas de la rbb se interesan por otros estilos de vida y culturas. Muestran y acompañan las transformaciones étnicas interculturales y religiosas en el transcurso de su emisión. La rbb fomenta el diálogo intercultural]”.

Una realidad que la propia rbb constataba en octubre de 2009 a través de la publicación en su página web de un dossier especial dedicado a la integración y en el cual se interrogaba sobre el futuro de este tema en su programación a la vista de la supresión de RMK:

“Der rbb hat zum 31.12.2008 sein Radioprogramm radiomultikulti eingestellt und damit in Berlin und Brandenburg eine Debatte entfacht, wie Medien mit dem Thema Integration umgehen sollten. Das wirft die Frage auf: Welche Verantwortung trägt der rbb? Wie müssen sich die Programme dem Thema nähern? Und: Bedeutet die Einstellung eines multikulturellen Programms das Ende der Integrationsbemühungen des rbb? Nein: Das Thema Integration muss sich durch alle Programme ziehen, es darf nicht allein in einem Nischenprogramm vorkommen. Es muss selbstverständlicher Teil des Angebots auf allen Kanälen sein und Deutsche ebenso ansprechen wie Deutsche mit Migrationshintergrund und Ausländer. Aber: geschieht das auch? Wird der rbb diesem Anspruch gerecht, und was bedeutet es überhaupt, Integration zu einem selbstverständlichen Teil der Programmarbeit zu machen?

[La rbb ha suspendido con fecha 31 de diciembre de 2008 la emisión de su programa RMK y ello ha abierto en Berlín y Brandemburgo un debate sobre cómo los medios deben afrontar el tema de la integración. Esto nos lleva a plantearnos la pregunta de qué responsabilidad tiene la rbb en este asunto. Y más allá: ¿significa la suspensión de un programa el fin de los esfuerzos realizados hasta la fecha por la rbb en pro de la integración? En absoluto. El tema de la integración debe permear toda la programación de la rbb; no sólo un programa. Debe ser una responsabilidad de todos los canales y los alemanes deben reaccionar como alemanes ante el trasfondo de la inmigración y los extranjeros. Pero, ¿sucede así realmente? ¿Puede garantizar este derecho la rbb?

Y, además, ¿qué significa convertir la integración en un componente esencial del trabajo de programación?”.

Como han señalado Penalva y Brückner (2008: 190), esta situación conduce al aislamiento de la comunidad del mismo origen, dando lugar a pequeños localismos donde “Los residentes siguen perteneciendo a un grupo que tiene sus raíces en otro lugar”. Este fenómeno de no-integración ha dado lugar a la creación de sociedades paralelas y ha fomentado un intenso debate entre la clase gubernamental alemana sobre la efectividad de sus políticas de atención a los inmigrantes. Una discusión que el cierre de RMK ha intensificado al airear la hipocresía de las estrategias públicas de radiodifusión que en la consecución de sus fines sociales se ven obligadas a claudicar ante la falta de rentabilidad económica.

5. Referencias

(2009) “Wowereit bedauert Ende von Multikulti” (30 de mayo).

[<http://www.tagesspiegel.de/berlin/art270,2540437>, Consulta: 29/07/2010].

ARD-ZDF (2007): “Migranten und Medien. Ergebnisse einer repräsentativen Studie ser ARD-ZDF Medienkommission”.

[http://www.unternehmen.zdf.de/fileadmin/files/Download_Dokumente/DD_Das_ZDF/Vernstaltungsdokumente/Migranten_und_Medien_2007_-_Handout_neu.pdf, Consulta: 01/08/2010].

GÖTSCH, Antonia (2005): “Viele Akzente, ein Programm” (24 de marzo)

[<http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/o,1518,348326,00.html>, Consulta: 29/07/2010].

HAMMERAN, Regine; BASPINAR, Deniz; SIMON, Erk (2007): “Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft”, *Media Perspektiven* 3/2007, Frankfurt am Main, págs.126-135.

HURRLE, Jakob: “Radio Multikulti, Berlin: Public Broadcasting in 18 Languages”. [http://www.interculturemap.org/ES/media/case_study_media.php?projectPage=2&study_casePage=2&case_study_id=36, Consulta: 29/07/2010].

JANKE, Miriam (2008): “Der Stammhörer” (24 de diciembre)

[<http://www.taz.de/1/leben/medien/artikel/1/der-stammhoerer/>, Consulta: 29/07/2010].

KLINERT, Peter (2008): “Protest vor RBB-Rundfunkratssitzung - 31 000 Unterschriften übergeben” (12 de noviembre)

[<http://www.nrhz.de/flyer/beitrag.php?id=13108>, Consulta: 29/07/2010].

LIßMANN, Carsten (2008): “Superhits statt Multikulti”

[<http://zuender.zeit.de/2008/22/polylux-radio-multikulti>, Consulta: 29/07/2010].

OEHMICHEN, Ekkehardt (2007): “Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2007“ – Radionutzung von Migranten”, *Media Perspektiven* 9/2007, Frankfurt am Main, págs. 452-460.

PENALVA, Clemente; BRÜCKNER, Gerhard (2008): “Comunicación intercultural. Un estudio de caso sobre la prensa local extranjera en España”, *Revista Internacional de Sociología* 50, Madrid, págs. 187-211.

RINGEISEN, Dania (2008): “Ersatz für Radio Multikulti geht auf Sendung” (30 de diciembre)

[http://www.morgenpost.de/berlin/article1007086/Ersatz_fuer_Radio_Multikulti_geht_auf_Sendung.html, Consulta: 29/07/2010].

SICKERT, Maxi (2008): "Armes Berlin!" (22 de mayo)

[<http://www.zeit.de/online/2008/22/radio-multikulti-kommentar>, Consulta: 29/07/2010].

SIMON, Erk (2009): "Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF Medienkommission. „Migranten und Medien 2007“, *Media Perspektiven* 9/2007, Frankfurt am Main, págs. 426-435.

SIMON, Erk; KLOPPENBURG, Gerhard (2007): "Das Fernsehpublikum türkischer Herkunft - Fernsehnutzung, Einstellungen und Programmervwartungen", *Media Perspektiven* 3/2007, Frankfurt am Main, págs. 142-152.

TREBBE, Joachim (2007): "Types of Integration, Acculturation Strategies and Media Use of Young Turks in Germany", *Communications*, 2/2007, págs. 171-191.

TREBBE, Joachim; WEIß, Hans-Jürgen: "Integration als Mediennutzungsmotiv?", *Media Perspektiven* 3/2007, Frankfurt am Main, págs.136-141.

VER-DI (2008): "Rote Karte für Radio Multikulti"

WALTER, Mignon; SCHLINKER, Ute; FISCHER, Christiane: "Fernsehnutzung von Migranten", *Media Perspektiven* 9/2007, Frankfurt am Main, págs. 436-451.

WINDGASSE, Thomas (2007): "Die Radionutzung von Migranten im Kontext anderer Medien", *Media Perspektiven* 3/2007, Frankfurt am Main, págs. 153-161.