

como bloques de hormigón armado, sino de un modo fluido y contagioso. En cambio, el choque de las ignorancias es una realidad ampliamente difundida. Y el terrorismo funciona en ese terreno abonado, reclutando, lavando cerebros y actuando impunemente, porque es salvaje y actúa enmascarado, desviando la religión con una facilidad desconcertante, y consiguiendo reemplazar el instinto de vida por la pulsión de muerte, inducida o aceptada.

Para luchar contra el terrorismo, Occidente debe convertirse en el paladín de las causas justas, promoviendo a bombo y platillo los valores de la democracia y de la libertad de manera honrada y sin segundas intenciones. Sus intereses tienen que pasar a segundo plano. Si se trata con justicia al pueblo palestino —una justicia que garantice la paz a ambos pueblos, cada uno con su Estado—, es indudable que

el terrorismo perderá gran parte de su virulencia. Y a continuación hay que solucionar lo antes posible la cuestión iraquí. Para ello, habrá que mirar hacia Washington y exigir a Bush que repare los inmensos daños que su política ha cometido en ese país.

El Oriente árabe conoce cultural y políticamente a Occidente. Y ese conocimiento también debería existir a la inversa. Conocerse significa asimismo reconocerse, aceptarse y respetarse. Empecemos por la cultura; la política vendrá después. El Oriente árabe tiene tanto de Occidente en sí mismo, en su historia y en su saber, que se sentiría muy satisfecho si los países europeos lo miraran sin desconfianza ni sospecha, y sin intereses económicos ni estratégicos, sino con una mirada que se interesara por su cultura y su civilización.

Cadenas árabes de información vía satélite: juegos de espejo y apuestas seguras

Driss Ksikes. Director de la revista *Nichane*, Marruecos

Hablar de «medios de comunicación árabes» entraña una generalización que nos impide hacernos una idea de la complejidad de un mosaico de medios vía satélite, como son Al Yazira, Al Manar, Al Arabia, Al Hurra, etc., dirigidos a distintos públicos objetivo, tantos como realidades emergen en el universo actual de personas que hablan o comprenden el árabe. El autor de este artículo esboza una serie de elementos de aproximación para analizar con mayor discernimiento actitudes, perspectivas e intenciones en el ejercicio de la labor periodística llevada a cabo por esas cadenas.

Si existe algo que, por tener una realidad tan cambiante, sea difícil de fijar por medio de conceptos es el tema de la globalización mediática. Hablar hoy de Al Yazira como de una «CNN alternativa» parecería obsoleto al ver la concentración de acontecimientos y la continuidad del flujo audiovisual generado, especialmente a partir del 11 de septiembre de 2001 —por tomar una marca temporal lo bastante amplia y podríamos decir que irrefutable. Pero al mismo tiempo no hablar de Al Yazira como de un islote de resistencia frente al ángulo único de transmisión de la información supondría volver a negar las líneas de su orientación editorial. No deja de ser un dilema. Al examinar las cadenas de información vía satélite,

observamos la existencia de un hecho paradójico. Por un lado, dan la impresión de acelerar la historia y de generar, por el ritmo espectacular de su información ininterrumpida, un efecto de goma elástica. Por otro, arrastran una política de comunicación de masas perfectamente determinada, con unos objetivos múltiples y un contenido fragmentado. De ahí ese sentimiento de estar al mismo tiempo sobre arenas movedizas y sobre una roca. Cuando se añade el parámetro «árabe», se hace necesario apreciar el posicionamiento en función de los públicos (en plural) a los que van dirigidos, de las fuentes de información, de las prioridades en términos de contenido, de los nacionalismos culturales (en

plural) y del particularismo religioso (en singular); todo ello en contraposición a la oferta (las ofertas) de enfrente, en especial las de Estados Unidos. Las cadenas árabes de información vía satélite no son ni homogéneas ni monolíticas. De ahí mi intento de abordar ese tema a partir de cinco paradojas que —según espero— puedan ser complementarias, pero que, si se revelaran contradictorias, por lo menos podrían contribuir a enriquecer el debate.

Medios de comunicación árabes versus medios de comunicación en árabe

¿Qué queremos decir hoy en día al hablar de cadenas árabes de información vía satélite? Primero hubo una fase de monopolio del mercado por parte de Al Yazira; después la de una competencia por parte de Al Arabia, Al Manar, etc. y, finalmente, la fase actual, en la que la cadena estadounidense Al Hurra intenta confundir las categorías. Ante el escenario actual, el atributo «árabe» cambia de significado, ya que unas veces indica la lengua, otras la identidad y otras ambas, y no siempre en el mismo sentido. Desenredemos la madeja.

En primer lugar, está el desafío de Al Yazira, que consiste en crear, a partir de una isla ignorada (Qatar), y para satisfacer la voluntad de un emir anti-saudí, una cadena de difusión árabe que haga hablar a las élites marginadas o disidentes sobre cuestiones de interés común, o que coloque sus cámaras cinematográficas lo más cerca posible de la gente de la calle, e incluso en las ambulancias israelíes para así filmar mejor a las víctimas palestinas, o en el corazón de Bagdad para ser testigo de las consecuencias directas del colonialismo estadounidense. Es árabe, en el sentido de que da una ilusión de identificación con el pueblo y que no castiga a los telespectadores con las mismas figuras que monopolizan el acceso a las cadenas nacionales.

El último informe árabe de desarrollo humano enumeró el perfil tipo de dichas figuras, de las que se desmarcan las cadenas transnacionales: son autoritarias, unidimensionales, oficiales y sagradas. Y se desmarcan cada vez más, ya que, en una lógica extranacional, Al Yazira establece, de paso, el criterio de un arabidad mediática que ya no tiene nada que ver con la ideológica, puesto que, a imagen de sus

productores, es islámica, pero laica al mismo tiempo; está contra la centralización del poder, pero a favor del poder de la imagen, y aunque se muestra favorable a la democracia en los discursos, se interesa más por la espectacularidad de los hechos. *In fine*, crea un efecto turbador y seduce a las masas sin convencer necesariamente a las élites.

En su estrategia de comunicación, el Departamento de Estado de Estados Unidos piensa que basta con hablar a los árabes en su lengua para destilar su visión del mundo, en blanco y negro, y de manera más eficaz. Pero como muy bien dice Shibli Talhami, autor de un sondeo efectuado en seis países árabes —entre los que se halla Marruecos— sobre la imagen de Estados Unidos, «las actitudes de la gran mayoría están formadas más por la política estadounidense que por los valores locales». Dicho de otra manera, la adhesión a Al Yazira, por ejemplo, no sólo proviene del efecto de espejo que envía a los telespectadores, sino también del rechazo que cultiva con respecto al «otro». De ahí la dificultad a la que se enfrenta una cadena estadounidense en árabe, como Al Hurra, para imponerse como cadena capaz de competir con la catari. ¿Quién se reconoce entonces en Al Hurra? Pues ciertos liberales que no albergan ninguna preocupación ética respecto a la identidad del emisor, pero también las élites locales, que aprecian el contrapeso que ofrece con relación a Al Yazira, al otorgar relevancia a los debates intranacionales y a las identidades infranacionales.

Diáspora real versus templo mediático

La imagen de Al Yazira que se vehicula en varias obras y documentales permite creer que «es el templo que reúne a la diáspora árabe». Si bien la evocación panarabista, ya superada, que sobreenhace la imagen de la diáspora no se corresponde con la realidad, la idea de la televisión como templo merece que la estudiemos más detenidamente.

En un estudio efectuado por el centro de investigación Pew & Zogby International, se establece que «la mezquita y la televisión vía satélite constituyen, para aproximadamente el 90%, el primer medio de información de las poblaciones árabes adultas». Además del criterio del analfabetismo, que reduce el impacto de la prensa escrita, está el descrédito

de los regímenes autoritarios, que afecta a las televisiones nacionales. Así pues, sólo quedan dos alternativas: la del discurso religioso, moralizante y predicador, y la de la exhibición de imágenes, personalidades y espacios que durante largo tiempo se han visto ninguneados o silenciados. De ahí el impacto creciente de los telepredicadores musulmanes, y el interés que se otorga a los disidentes exiliados y a los antiguos funcionarios que abandonan su forzado mutismo. Evidentemente, aunque en esta categoría las cintas de vídeo de Bin Laden al principio tenían un valor de icono supremo, se han ido trivializando a medida que se han ido convirtiendo en moneda de cambio.

Es tentador pensar que una diáspora que encuentra su templo y un nacionalismo árabe en decadencia están siendo reemplazados por un islote árabe que brota en la pantalla (en referencia al eslogan de la cadena catari). Y aún es más tentador cuando los estudios de audiencia muestran una afluencia de decepcionados de las cadenas nacionales monolíticas, y de comunidades inmigradas privadas de fuentes de información de su tierra. Pero si lo miramos más de cerca, comprenderemos que la multiplicación de la oferta ha creado diversos atavismos. Las cadenas de información se han compartimentado tanto como las escuelas de derecho musulmán. En consecuencia, cada cual a su templo. Un militante antiisraelí y otro libanés pro sirio comparten una misma inclinación por Al Manar. Un judío marroquí y un argelino de la Cabilia no dudarían en ver Al Hurra porque en ella el derecho de las minorías es un tema recurrente. Un antiamericano clásico y partidario de Bin Laden, y un demócrata convencido y de izquierdas se encontrarían cómodos con la información suficientemente inédita de Al Yazira. Sería simplista creer que esas cadenas se han vuelto partidistas, cuando la verdad es que no son más que supertelevisión que ocupan grandes nichos comerciales.

Cultura profesional versus cultura del profesional

Vista desde Occidente, la empatía creada por esas cadenas se percibe como sospechosa. Y los primeros acusados a quienes se señala con el dedo son el periodista y el editor. El caso más ilustre es el de

Tayssir Allouni, en otro tiempo hermano musulmán, sirio y simpatizante de los talibanes, y que hoy se halla detenido en España. Pero dejemos de lado los casos concretos y centrémonos en el núcleo del problema. ¿Cómo distinguir si el periodista empatiza con terceras personas para conseguir información, o si esa misma fuente lo manipula para orientar su tratamiento de datos o a fin de dar prioridad a algún aspecto en concreto? ¿El hecho de que Allouni haya actuado como intermediario para conseguir la segunda cinta de Bin Laden lo convierte en un buen periodista, bien introducido, o en un islamista malintencionado?

Mi respuesta es que un periodista no es un tubo neutro por el que transita una información inicialmente fuera del ámbito informativo. A menudo, a los periodistas de las cadenas árabes vía satélite se les critica su subjetividad, e incluso su incapacidad para trascender su pertenencia cultural o sus obediencias ideológicas. Pero, por otro lado, se les reconoce su innegable competencia profesional. ¿Los siete periodistas fundadores de Al Yazira no estaban destinados a elaborar minuciosamente la BBC árabe?

Respecto al dilema que se plantea entre la cultura del periodista y su profesionalidad, es interesante señalar que un periodista siempre está «anclado en un sistema, conectado a sus orígenes nacionales y culturales». El redactor jefe de *The New York Times*, Salzburger Jr., decía que «formamos parte del *establishment*. Somos norteamericanos y no estamos fuera del sistema. Somos libres en el sentido de que nadie nos impone lo que hay que hacer, decir o publicar. Pero no somos libres, flotando más allá de la estructura del poder».

Con las cadenas vía satélite, fuera del contexto nacional, el referente cultural, transnacional y sobre todo religioso adquiere aún más amplitud a falta de un referente nacional común. Pero aquí se plantea otra complicación de índole cultural: ¿cómo se comportan el periodista y el editor de esas cadenas árabes con los pesados prejuicios de la opinión pública? En este punto me gustaría sacar a colación lo sucedido en Darfur en lo referente a recordar que los medios de comunicación árabes, con sus tendencias mezcladas y obnubilados por la actitud antioccidental, se centraban en las sospechosas intenciones de Occidente, mientras que sus colegas norteamericanos y europeos, denostados por el poder

musulmán, se interesaban casi exclusivamente por los daños humanitarios.

¿Qué sucede en Al Hurra respecto al dilema identitario y a la voluntad de destilar una cultura distinta de la lengua materna? En este punto citaré un ejemplo bastante divertido pero al mismo tiempo muy simbólico. En la sección de «miscelánea» la cadena habló de un chimpancé que fumaba como los humanos. El periodista comentó la información haciendo referencia a la teoría darwiniana. Pero además añadió: «Me lo ha “soplado” mi colega, y me parece que será necesario que lo discutamos entre los dos.» Como si dijéramos, por citar a Freud, «aunque decidáis callaros, la cultura sale por los poros de vuestro cuerpo».

Conclusiones

Hoy en día en Occidente impera un credo: «Importa más comprender al “otro” que pensarlo.» Y esta idea se concreta en varios proyectos. El primero proviene de Francia, que intenta pilotar un medio

de comunicación europeo (al estilo de Arte) en árabe. El segundo procede de fundaciones alemanas y holandesas, cada vez más implicadas en la producción de formas paralelas de mediación: documentales *in situ*, portales temáticos orientados al mundo árabe, etc. Todos esos proyectos tienen potencialmente un efecto interno en los países europeos, donde el «otro» —árabe, musulmán o magrebí— sigue siendo incomprendido, en tanto que su marginalidad es explosiva. Del lado árabe, los medios de comunicación vía satélite optan por la búsqueda de nuevos nichos, como la venta de contenidos en inglés (proyecto de Al Yazira previsto para 2006). Les mueve el objetivo de justificar mejor su imagen ante las potencias, en especial la norteamericana, y sus élites.

Así pues, si los medios de comunicación del poderoso Norte intentan prevenirse contra el «otro» difundiendo su cultura, los medios de comunicación del Sur musulmán procuran defenderse del abuso del «otro» reenviándole una información alternativa en su lengua. ¿Se trata de una guerra? Diría que más bien es un juego de espejo del que todos sacan provecho.

Parabólicas e Internet, puente entre dos mundos

María Dolores Massana. Periodista y escritora, presidenta de Reporteros sin Fronteras

Gracias a la proliferación de las antenas parabólicas, la televisión mantiene una posición predominante en la configuración de los idearios colectivos, especialmente en los países del Sur. Internet, de forma más lenta pero irreversible, sigue sus pasos. Frente a la voluntad de los poderes políticos y económicos de controlar estos inmensos caudales de información, debe potenciarse la pluralidad de medios y el consenso sobre un código ético universal para el periodismo.

La gran revolución tecnológica de los medios de comunicación abre la posibilidad de establecer una mejor percepción mutua entre los países de las dos orillas del Mediterráneo.

«Se prohíben las parabólicas.» Ésta fue una de las primeras medidas que adoptaron los jefes del Frente Islámico de Salvación tras casi arrasarlo en las primeras elecciones municipales pluripartidistas que se celebraron en Argelia, en 1989. Manifestaban así el propósito de impedir las influencias conside-

radas perniciosas que llegaban de Occidente. Era un objetivo plenamente en consonancia con el de imponer la *sharía* o ley islámica, en virtud de la cual en los departamentos bajo control de los islamistas se vetaron las bebidas alcohólicas —incluso en los hoteles—, los cines, las discotecas u otros lugares y modos de esparcimiento estimados reprobables. Asimismo, se promocionó el velo o chador y desterraron la minifalda para salvaguardar una nueva moral no contaminada por las —a juicio de los líderes