

Malinterpretando al «otro»

Noha Mellor. Profesora de periodismo, University of East London

La proliferación de las antenas parabólicas ha hecho más en una década por la creación de una identidad panárabe que todos los esfuerzos políticos al más alto nivel de todo el siglo anterior. Sin embargo, este nuevo panarabismo refleja una comunidad imaginaria cuyo fundamento, eminentemente político, omite un universo de realidades sociales y culturales muy distintas que conforman los países árabes. Éstas, al no salir en la televisión, son, por tanto, invisibles e inexistentes para los occidentales y para las propias élites y clases medias-altas de estos mismos países.

La mayoría de los estudios recientes sobre medios informativos árabes se han centrado en lo que se ve como el «fenómeno» de los canales por satélite árabes (especialmente Al Yazira), los cuales se considera que representan directamente el nuevo desafío de la industria de la comunicación a la hegemonía mediática estadounidense, además de constituir un moderno portavoz del sentimiento antioccidental. No obstante, hace falta todavía desentrañar cómo los periodistas construyen su oficio, cómo perciben su papel y el impacto de éste en sus prácticas periodísticas.

En este artículo sostengo que el periodismo árabe ha experimentado un importante desarrollo en género y formato. Sin embargo, en la medida en que los periodistas tienden a favorecer las noticias políticas duras, son éstas las que constituyen el foco de los medios informativos árabes, tanto en el ámbito internacional como en el regional, en lugar de centrarse en los problemas sociales inmediatos de carácter regional y local. Así, las noticias internacionales se abordan desde una perspectiva política antes que social, con la fatal consecuencia de que las audiencias árabes pueden saber poco acerca de otras sociedades, por no hablar de la suya propia. Del mismo modo, afirmo que los profesionales de los medios de comunicación occidentales en realidad no han dado mejor ejemplo, ya que sus noticias sobre Oriente Próximo tienden a centrarse en los aspectos políticos antes que en los sociales o culturales. Las consecuencias de ello resultan cruciales, puesto que

las audiencias occidentales pueden acabar viendo a los pueblos árabes como una entidad política, y no como personas iguales a ellas.

En las siguientes líneas trataré, aunque brevemente, del enfoque de los medios informativos árabes y de cómo éstos acaban alimentando una identidad panárabe en lugar de tener en cuenta la diversidad de las distintas sociedades árabes. Refuerzo este punto de vista haciendo referencia al papel del código lingüístico utilizado en los medios informativos árabes, es decir, a la variedad del árabe escrito que se considera como un código «distante» para las noticias políticas duras. Luego vuelvo la vista hacia los medios de comunicación occidentales (especialmente los angloamericanos), mostrando cómo también éstos tienden a politizar las noticias sobre Oriente Próximo.

Una comunidad «imaginaria»

Cuando se aborda el surgimiento de la prensa árabe como foro de discurso político y racional, se hace difícil hablar de una prensa «árabe» en términos generales. Lejos de ello, cada país árabe ha desarrollado su prensa y sus sistemas y discursos mediáticos a un ritmo distinto del de otros países vecinos. Así, por ejemplo, mientras que Egipto sacó su primer periódico en 1800 (Abu Bakr *et al.*, 1985: 18), en Kuwait la primera publicación apareció en 1928, y en Bahrein, en 1939.¹ Asimismo, las tasas

1. Pese a ello, en realidad hasta la década de 1960 esos países del Golfo no desarrollaron una cultura impresa más sofisticada tanto en términos de contenido como de forma (Mellor, 2005).

de analfabetismo (todavía) varían de un país árabe a otro, lo cual, junto con la dificultad —al menos en el pasado— de conformar una producción mediática teniendo en mente una audiencia regional antes que nacional, ha contribuido a imponer esa distinción entre estados árabes. Una característica común, sin embargo, es el modo en que se han utilizado los medios de comunicación nacionales como vía para imponer más bien una «comunidad imaginaria» entre grupos diversos de personas. Parece, por ejemplo, que el gobierno saudí promovió las emisiones televisivas propias a fin de distraer la atención de los ciudadanos de los programas extranjeros, proporcionándoles un sentimiento de comunidad pese a las diferentes relaciones tribales existentes entre ellos (Tash, 1983: 51).

En realidad, el mero hecho de que el propio término de «Oriente Próximo» fuera impuesto por los imperios occidentales en el siglo XIX (Sreberny-Mohammadi, 1998: 178) constituye una prueba convincente de cómo las nuevas (e imaginarias) fronteras geográficas han obligado a varios estados árabes a forjar su propia identidad nacional y a desplegar los medios de comunicación como una de las vías para alcanzar ese objetivo.

El ámbito de los medios informativos árabes ha abarcado una serie de instituciones que se dirigen, no a una audiencia local, sino regional. Esta tendencia no nació con los más destacados canales por satélite, ya que sus orígenes se remontan al siglo XIX, con el surgimiento de la denominada «prensa emigrada» (véase Mellor, 2005, para un análisis más detallado), que conformó una comunidad transnacional de escritores/periodistas junto con su audiencia. Así pues, se ha hecho difícil separar lo nacional de lo regional, encarnado en el concepto general de «panárabe», dada la penetración de éste en toda una serie de discursos que van desde los políticos y mediáticos hasta la cultura popular y el discurso cotidiano.

Recientemente, los nuevos canales de noticias por satélite árabes, así como la prensa panárabe, han iniciado una nueva era de la «abundancia» (Ellis, 2000) y desempeñan una función nueva en compa-

ración con la era anterior, en la que la «abundancia» solía ser extranjera e importada. El propósito es unir a múltiples audiencias dentro y fuera de Oriente Próximo, conectándolas, pero, a la vez, manteniéndolas separadas; de ese modo, puede afirmarse que la nueva era «proporciona un punto voluntario de cohesión social, de estar juntos estando separados» (Ellis, 2000: 176).

Los medios informativos panárabes han adquirido una posición primordial en la agenda de la investigación presente y futura gracias a su éxito a la hora de implementar el estimulante proyecto político conocido como «panarabismo» en el ámbito cultural. Los medios de comunicación panárabes han atraído, pues, de manera creciente la atención investigadora por las siguientes razones:

- cuentan con una gran cuota de audiencia en todos los países árabes en lugar de verse confinados a un solo país;
- puede considerarse que marcan tendencias entre otras instituciones mediáticas nacionales y regionales en la medida en que incorporan a una joven generación de profesionales mediáticos de gran calibre (Mellor, 2005);
- los últimos años nos han mostrado que los inversores árabes tienden a crear instituciones mediáticas regionales antes que nacionales, dirigiéndose así a una audiencia lo más amplia posible, no sólo en Oriente Próximo, sino también en los países occidentales;
- esos medios de comunicación panárabes actúan también como «medios en la diáspora» para los inmigrantes árabes en Europa, Estados Unidos y otros países de Occidente.

Este panarabismo, como afirma uno de los principales presentadores de Al-Yazira, Faisal al-Kasim, ha «hecho la zancadilla a las emisoras locales terrestres, lo que en sí mismo viene a ser una especie de arabización y, por ende, de unificación».² De ahí que los medios panárabes hayan conseguido llevar a cabo una misión política que en épocas anteriores se había visto condenada al fracaso.

2. Fuente: *The Centrality of Live Talks in Arab Satellite Broadcasting*, en <http://www.faisalalkasim.net/forum/viewtopic.php?p=183&sid=5a721dd99bc807925e83f6dbed92e055> (consultado el 12 de junio de 2006).

Los medios de comunicación panárabes tienden a centrarse en la política regional antes que en las temáticas locales de las distintas sociedades árabes. En consecuencia, para que se considere que la noticia informativa «vale la pena», ésta debe abordar o bien la esfera político-religiosa islámica, o bien la panárabe. Así, pese a los diferentes aspectos étnicos, religiosos, de clase y de género, los medios informativos regionales, como la prensa panárabe y los canales de noticias por satélite, tratan de dirigirse a una audiencia lo más amplia posible, concebida como una «comunidad imaginaria». De ese modo el panarabismo ha renovado su peso ideológico entre los periodistas árabes, que hoy lo propagan como parte de su papel (Ramarprasad y Hamdy, 2006). De ahí que dicho panarabismo se haya convertido en un «punto de venta único», una estrategia de marketing que aspira a beneficiarse de la creciente cuota de mercado (Kraidy, 2005).

Noticias urbanas

En general, las noticias árabes pueden caracterizarse como urbanas; es decir, se dirigen a los habitantes de las ciudades, en particular a la élite, al tiempo que ignoran las áreas rurales. Una seria consecuencia de ello es que, pese al formato moderno de los nuevos medios de comunicación panárabes, su producción sigue adhiriéndose a los tradicionales discursos hegemónicos de la élite e ignora, de hecho, los problemas sociales inmediatos de las modernas sociedades árabes. Varios estudiosos de los medios árabes advirtieron de esa preocupación de la prensa por los grupos privilegiados y acerca de cómo los periodistas ignoran los problemas de desarrollo que afronta la región (Bekhait, 1998; Abdel Rahman, 1989), lo que convierte a la prensa rural en un fenómeno inexistente (Abu Bakr, 1985).

Así, por ejemplo, tanto las mujeres del ámbito rural como las mujeres pobres del ámbito urbano se hallan casi totalmente ausentes de los medios, que parecen ocuparse más de otros grupos específicos de mujeres, a saber, las del ámbito urbano pertenecientes a las clases medias. Cierta estudio mostraba

que el interés por los asuntos relacionados con las mujeres de las áreas rurales representaba menos del 3% del contenido total. En cuanto a las revistas semanales, éstas se centraban casi totalmente en las mujeres de las áreas urbanizadas (97,5%), mientras que sólo un modesto porcentaje (2,5%) se dedicaba a las áreas rurales (Abdel Rahman, 2002). Otro estudio sobre la situación de las mujeres periodistas en Egipto mostraba que las profesionales incluidas en dicho estudio deseaban que la prensa cubriera problemas sociales «serios», como el analfabetismo entre las mujeres del ámbito rural, la planificación familiar y los problemas de salud (Abdel Rahman, 2002: 156). Sin embargo, éstos eran precisamente los problemas que los medios no cubrían, pese a coincidir en la importancia de tales asuntos en los debates públicos.

De hecho, según Jameel Matar, director del Centro para el Desarrollo Futuro de Egipto, el impacto negativo de la antena parabólica es que ésta ha venido a aumentar la alienación de la mayoría marginada, es decir, de los ciudadanos del Alto Egipto. Así pues, los canales por satélite representan un fenómeno elitista, dirigido únicamente a la cohorte de colegas de los presentadores y los profesionales mediáticos (Ezzi, 2004: 194 y ss.). Asimismo, uno de los presentadores de Al-Manar,³ Amr Nassef, afirma que los canales por satélite se han convertido en algo parecido a los partidos árabes en la medida en que se alejan cada vez más de su audiencia real y sus problemas reales. Así, hay canales que consideran que dan a la audiencia lo que «quiere» en forma de variedades y canciones, mientras otros prefieren dar a dicha audiencia lo que «necesita» saber en cuanto a noticias e información (Ezzi, 2004: 174).

La ausencia de historias de interés social y humano se debe a numerosos factores. En primer lugar, los periodistas árabes no ven en tales historias un «camino a la fama» en una profesión en la que el verdadero prestigio radica en cubrir noticias de política dura y entrevistar a políticos famosos. En segundo término, tales cuestiones resultan de hecho difíciles de cubrir, puesto que requieren una investigación extensiva, lo que lleva a los periodistas a preferir la cobertura de asuntos políticos más a

3. Al Manar TV, propiedad de la Hezbolá libanesa, inició sus emisiones terrestres en 1991 y por satélite en 2000.

su alcance y más fácilmente accesibles en fuentes extranjeras. De hecho, el académico arabo-estadounidense Mamoun Fandy considera la preocupación de los medios de comunicación por la «alta política» como una manera de distraer la atención de las audiencias árabes de sus asuntos internos glorificando los asuntos de la política exterior, ya que, de lo contrario, podría acusarse a los periodistas de «herejía política» (Fandy, 2005). En cambio, las secciones locales o económicas son aburridas, puesto que no hay periodistas especializados en escribir artículos sobre tales temas basados en una buena investigación. En tercer lugar, los gobiernos árabes suelen intervenir para detener la producción de programas sobre cuestiones sociales en sus territorios, como, por ejemplo, la prostitución o la situación de la mano de obra extranjera, o la de los refugiados; entre dichos gobiernos se cuentan los de países que se enorgullecen de sus zonas mediáticas «libres». En suma: a pesar de que las historias de «interés humano» constituyen el pilar del ámbito privado, los medios de comunicación árabes, a diferencia de sus homólogos occidentales, se muestran renuentes a centrarse en tales historias.

Para la libanesa Diana Muqalled (de Future TV), leer los titulares de los periódicos árabes o escuchar los informativos puede dejar consternados a quienes respaldan los esfuerzos para incluir cuestiones no políticas. La ironía, añade, es que, una tras otra, todas las iniciativas de formación occidentales enseñan a los periodistas árabes a centrarse en las historias de interés social, medioambiental y humano y, sin embargo, éstos normalmente consideran tales cuestiones insignificantes, por lo que normalmente no las mencionan en las noticias ni en la cobertura de los temas de actualidad (Muqalled, 2006). Personalmente recuerdo la consternación de un periodista de origen árabe que participó en una de las mencionadas iniciativas de formación financiada por una ONG occidental. El periodista me explicaba que se sentía asombrado ante la paradoja de sus alumnos árabes, que por una parte hacían suyo el formato técnico de los informativos occidentales, pero a la vez se negaban a aplicar los valores informativos de Occidente, que favorecen las noticias «blandas». Así, los alumnos eran incapaces de considerar que hubiera ninguna historia local sobre el fracaso de su sistema educativo, el

alcantarillado, etc., que mereciera la pena cubrir, especialmente en las primeras páginas.

Por lo tanto, las audiencias árabes parecen estar abrumadas por un gran número de informativos y programas de actualidad en los canales terrestres y por satélite, por no hablar de la prensa panárabe, que constantemente introducen temas «serios» que van desde la guerra en Kosovo hasta la ayuda a los países en desarrollo. Un reciente estudio sugiere que los temas más tratados en los canales informativos por satélite panárabes son Palestina e Irak, por no mencionar los programas dedicados a cubrir las elecciones celebradas en Oriente Próximo, incluyendo Israel e Irán, así como en Estados Unidos y en Francia. Sin embargo, ¿acaso esto hace que la audiencia árabe tenga unos conocimientos excepcionales sobre los asuntos regionales o los asuntos políticos de ámbito internacional, o la convierte en una ciudadanía bien informada? Aparentemente no. El académico libanés Nabil Dajani, por ejemplo, explicaba que sus alumnos no lo creían cuando les contaba que el hambre había llegado a las fronteras de Estados Unidos. En su opinión, los canales por satélite no hablan de la sociedad y la población estadounidenses; de ahí que las audiencias árabes tiendan a relacionar Estados Unidos sólo con su administración y su política exterior (Ezzi, 2004: 192). En otras palabras, en realidad no conocemos las preferencias de las audiencias árabes; qué temas les preocupan en realidad, y qué sentido dan a una cantidad de información abrumadora sobre asuntos internacionales.

Incluso el código lingüístico empleado en las noticias y temas de actualidad desempeña un papel fundamental en el análisis de la práctica periodística árabe. A la hora de analizar los medios de comunicación árabes, el papel del lenguaje informativo, o la variedad del árabe escrito denominada «árabe estándar moderno» (AEM), destaca en primer plano como parte del poder simbólico asignado a todo periodista (Mellor, 2007). Así, por ejemplo, los nuevos medios informativos árabes utilizan el AEM para consolidar la ideología panarabista, concretamente imponiendo el AEM no sólo en los telediarios, como sucede en los medios tradicionales, sino también en los programas de debate. Dado que la tasa de analfabetismo entre los adultos de la región es del 40%, resulta dudoso que muchos ciudadanos árabes

se sientan alentados a participar telefoneando a programas en los que se emplea la lengua escrita, ya que se requieren años de asistencia a la escuela y a la universidad para hablarla con la misma fluidez que los presentadores de televisión. En consecuencia, el AEM ha conservado su estatus como distintivo del panarabismo y parte esencial del capital simbólico y cultural de los periodistas.

El modelo del papel occidental

Para ser justos, en realidad no es que los medios informativos occidentales (sean europeos o norteamericanos), que han constituido el espacio formativo y educativo de muchos periodistas árabes de los nuevos canales, hayan dado mejor ejemplo. En los medios de comunicación occidentales hay una brecha entre la cobertura de las noticias nacionales y la de las noticias extranjeras. Así, mientras que las noticias nacionales se centran en los problemas inmediatos y cotidianos de los ciudadanos normales y corrientes, las noticias extranjeras presentan a otros países sólo a través de un cristal puramente político, centrándose en los gobiernos, de modo que los ciudadanos normales y corrientes de Oriente Próximo y otras regiones aparecen sólo en un segundo plano. Los medios informativos occidentales no dan ni de lejos la misma cobertura a estos ciudadanos que a los suyos propios: sus problemas, sus sueños, su cultura, su lucha para encontrar trabajo, su lucha por mantener los ingresos, su esfuerzo para educar a sus hijos, el deterioro de la educación en las escuelas públicas, el trabajo infantil, etc.

El resultado es doblemente perjudicial: por una parte, se refuerza el error de los periodistas árabes cuando consideran que las noticias serias sólo tienen que ver con la política y los gobiernos e ignoran a las masas y sus problemas cotidianos, relegándolos a un periodismo de «bajo nivel»; por otra, las audiencias occidentales jamás llegan a conocer realmente a los pueblos árabes y verlos como personas, sino tan sólo como gobiernos. Esta diferencia resulta decisiva. ¿Cuántas veces vemos a los árabes representados en los telediarios occidentales como ciudadanos norma-

les y corrientes, que comparten sueños y problemas similares a los de los ciudadanos occidentales? ¿Cuántas veces los medios de comunicación occidentales sacan a colación las cuestiones sociales ignoradas en los medios informativos árabes? ¿Cuántas veces los periódicos occidentales mencionan a países árabes en sus secciones de cultura? Los medios de comunicación occidentales pueden ciertamente tomar parte en la revolución del género informativo y las tradiciones periodísticas de los medios árabes si se atreven a revolucionar su propia cobertura de las noticias extranjeras para hacerla más pluralista.

Lo cierto es que en los medios occidentales existen unas generalizaciones arrolladoras por las que se retrata a los árabes como un grupo unificado antes que diversificado, al que normalmente se define como *musulmanes*. De hecho, en varios países occidentales el término *musulmán* no se emplea para designar un contexto religioso, sino más bien para definir a la gente, como si ésa se hubiera convertido en su «nacionalidad». Así, por ejemplo, cuando el oficial de policía de más alto rango del Reino Unido abogó por que las fuerzas del orden reclutaran a miles de hombres y mujeres «musulmanes», los medios de comunicación británicos difundieron la noticia sin especificar qué significaba «musulmán» en ese caso.⁴ ¿Implica esto que a cualquiera que haya nacido en el contexto de una religión se le debe definir siempre en función de ella? ¿Y si se trata de disidentes, o de no practicantes, o simplemente de personas a las que la religión les trae sin cuidado? ¿Por qué no definir las por su contexto étnico o nacional independientemente del religioso? ¿Acaso los medios de comunicación, o cualquier político, anunciarían de la misma forma el reclutamiento de «budistas», «cristianos», «hindúes» o «judíos» en la policía o el ejército?

Ni que decir tiene que esos términos tan simplistas no se sostienen en una sociedad global caracterizada por las identidades híbridas. Saghieh y Bechir (2005) remachan el mismo punto cuando dicen: «Los inmigrantes y sus descendientes [...] pueden haber llegado como pakistaníes, turcos, marroquíes, argelinos o iraquíes; pero sólo después de haberse establecido en Occidente se han transformado en

4. Véase, por ejemplo, el reportaje de la BBC *Met needs 2,000 Muslim officers*, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/london/4122972.stm>.

“comunidades musulmanas”. Dichas comunidades constituyen, en cierta medida, una “realidad virtual” que existe sobre todo en la mente de los políticos, “expertos” y periodistas occidentales; y, por supuesto, en la mente de sus supuestos y auto-proclamados “portavoces”.»

El resultado de ello es que la audiencia rara vez ve al «otro» como un ser humano igual a uno mismo, sino más bien como un miembro de una entidad politizada cuyos problemas pueden resolverse únicamente empleando la intervención política.

En suma, la exaltación de la política dura como uno de los géneros «serios» suele valorarse como una parte esencial del periodismo árabe y occidental «prestigioso», y requiere una buena dosis de capital cultural entre sus profesionales mediáticos. No obstante, si dichos profesionales no se esfuerzan en mostrar el claro vínculo existente entre lo local y lo regional, se corre el riesgo de que el ciudadano de a pie elabore discursos más bien simplistas para dar cuenta de tal vínculo. Así, por ejemplo, la obsesión por las noticias y opiniones sobre las relaciones oficiales de Estados Unidos con los estados árabes, en lugar de reflexionar sobre el ciudadano de a pie estadounidense y sus problemas cotidianos, puede alimentar una forma de discurso conspirativo en el que Estados Unidos, como nación, desempeñe el papel del malo antagonista. En palabras de un popular presentador de un programa de entrevistas, el ciudadano de a pie egipcio ha llegado a culpar a Estados Unidos de sus problemas cotidianos. Así, «si sube el precio del petróleo, la causa será Estados Unidos. Y puesto que dependemos de los norteamericanos para obtener trigo, culpamos a Estados Unidos si sube el precio de la barra de pan; el ciudadano de a pie egipcio sabe que Estados Unidos es la razón de todo malestar». ⁵

La necesidad de innovar

Para los estudiosos occidentales, el problema de los medios de comunicación árabes reside únicamente en los regímenes autoritarios de varios estados árabes.

Así, si dichos regímenes dieran a los periodistas la libertad de publicar lo que quieren, los medios informativos contribuirían automáticamente a reducir el malestar social. Esta opinión, sin embargo, pasa por alto completamente el modo en que los propios periodistas perciben su papel en la sociedad y su evaluación de lo que vale o no la pena publicar, lo que puede tener consecuencias fatales para el papel de los medios informativos a la hora de atender a su audiencia y de contribuir a la democratización de la región.

Con la creciente profesionalización de los periodistas árabes y la explosión del número de canales por satélite y privados en la escena mediática árabe, es importante plantear debates sobre la necesidad de «personalizar» la imagen de Occidente y de la cultura occidental, tanto en las noticias como en los programas de actualidad. Del mismo modo, los periodistas occidentales tienen que centrarse menos en la política y en los políticos de los estados árabes, y, en cambio, más en concienciar sobre los problemas sociales inmediatos de las sociedades árabes, como, por ejemplo, el maltrato a las mujeres, el incesto, el trabajo infantil, la escolarización, los sistemas de pensiones, etc. De hecho, una cobertura periodística sobria de Oriente Próximo por parte de los medios occidentales ya se ha revelado fructífera en el pasado. Así, por ejemplo, diversos documentales de la CNN y la BBC sobre problemas sociales árabes tales como la ablación o el divorcio han generado enormes debates, tanto entre los intelectuales como entre los profanos en el mundo árabe.

Quizás necesitamos programas de formación innovadores tanto para los periodistas occidentales como para los árabes: habría que enseñar a los periodistas árabes a informar sobre las sociedades occidentales, y a los periodistas occidentales a informar sobre las sociedades árabes.

Bibliografía

ABDEL RAHMAN, A., *Estudios sobre la prensa egipcia y árabe. Problemas actuales*, El Cairo, Al-Arabi Press, 1989 (en árabe).

5. Mahmoud Saad, citado en el programa de Al Yazira *Desde Washington* (en árabe), 4 de diciembre de 2006, disponible en www.aljazeera.net/NR/exeres/71691781-C297-40BB-BBE6-B5595CB7556F.htm (consultado el 20 de diciembre de 2006).

- ABDEL RAHMAN, A., *Los problemas de la región árabe en la prensa del siglo XX*, El Cairo, Al-Arabi Press, 2002 (en árabe).
- ABU BAKR, Y. et al., *Development of Communication in the Arab States. Needs and Priorities*, París, Unesco, 1985.
- BEKHAIT, al-Said, *La prensa egipcia. Valores informativos y falsa conciencia*, El Cairo, Al-Arabi Press, 1998 (en árabe).
- EL-KHOURY, N., *Los medios de comunicación árabes y el colapso de las autoridades lingüísticas*, Beirut, Center For Arab Unity Studies, 2005 (en árabe).
- ELLIS, J., *Seeing Things. Television in the Age of Uncertainty*, Londres, I.B. Tauris, 2000.
- EZZI, A.R., *Los árabes y los medios de comunicación por satélite*, colección «Al Mostaqbal Al Arabi», 34, Beirut, Center For Arab Unity Studies, 2004 (en árabe).
- FANDY, M., «Los medios de comunicación superficiales y el autoengaño», *Al-Sharq al-Awsat*, 3, octubre 2005 (en árabe).
- KRAIDY, M., «Reality Television and Politics in the Arab World: Preliminary Observations», *Transnational Broadcasting Journal*, vol. 15, 2005. Disponible en www.tbsjournal.com/kraidy.html (consultado el 2 de febrero de 2006).
- MELLOR, N., *The Making of Arab News*, Lanham (Maryland), Rowman & Littlefield, 2005.
- MELLOR, N., *Arab Journalism: Problems and Prospects*, Edimburgo, Edinburgh University Press, 2007.
- MUQALLED, D., «Cuando no hay lugar para lo no político en los medios de comunicación», *Al-Sharq al-Awsat*, 3 de diciembre de 2006 (en árabe).
- RAMARPRASAD, J. y N. HAMDY, «Functions of Egyptian Journalists. Perceived Importance and Actual Performance», *The International Communication Gazette*, vol. 68, n.º 2, 2006, pp. 167-185.
- SAGHIEH, H. y S. BECHIR, «The “Muslim Community”: A European Invention», *OpenDemocracy*, 2005. Disponible en http://www.opendemocracy.net/conflict-terrorism/community_2928.jsp.
- SREBERNY-MOHAMMADI, A., «The Media and Democratization in the Middle East: The Strange Case of Television», *Democratization and the Media*, vol. 5, n.º 2, 1998, pp. 179-199.
- TASH, A., *A Profile of Professional Journalists Working in the Saudi Arabian Daily Press*, Southern Illinois University, 1983 (inédito).

La representación de las mujeres en los medios de comunicación occidentales y árabes: observaciones generales

Ibrahim Nawar. Director ejecutivo, Arab Press Freedom Watch

En un momento en que los intercambios entre las diversas culturas a todos los niveles se intensifican progresivamente, los estereotipos culturales siguen vigentes, e incluso se acentúan, en los medios sensacionalistas, generalmente los de mayor difusión. Las cadenas de televisión deben practicar políticas de integración cultural en sus emisiones y trabajar para transmitir realidades más ajustadas del «otro», lejos de las distorsiones que impiden una convivencia pacífica entre las distintas comunidades.

En la era de la tecnología por satélite y de Internet, los medios de comunicación han adquirido un papel global antes que nacional. En la era global la censura resulta más difícil, y la libertad de expresión entraña más responsabilidad que nunca. Pero en la misma medida en que los medios de comunicación globales pueden unir a la gente, también pueden separarla si

emplean el discurso equivocado. Es posible que los miembros de una familia que ven la televisión en el salón de su casa de Londres se entretengan con programas procedentes de la India, Pakistán, Irán o Egipto. Puede que se rían con chistes producidos en su país de origen en lugar de los emitidos en los programas de la BBC o los publicados en el periódico