

esto conlleve una ventaja: por lo menos, ahora se pueden equilibrar los *inputs* que nos llegan de una y otra parte.

Dejando de lado el ámbito puntual de la cobertura de conflictos armados, el hecho de que las ci-

tadas cadenas hayan pasado a emitir tanto en inglés como en árabe debería poder interpretarse como la posibilidad de un acercamiento entre dos modelos de sociedad que, desgraciadamente, aparecen con demasiada frecuencia alejados y contrapuestos.

Fomento del diálogo intercultural: hacia un análisis del discurso multimodal de las televisiones por satélite en el área mediterránea¹

Michelangelo Conoscenti. Departamento de Ciencias del Lenguaje y Literatura Moderna y Comparativa, Università degli Studi di Torino

El siguiente estudio pretende apuntar algunas «vías de interpretación» posibles para comprender mejor cómo intervienen los medios en el comportamiento humano y el modo en que influyen en nuestra percepción recíproca del «otro». Esto a veces genera un punto de vista que no es necesariamente coherente con la realidad. Si los canales de comunicación son puentes virtuales entre Norte y Sur, deberíamos desarrollar un lenguaje común consistente en códigos reconocidos por ambos.

La práctica de la comunicación diaria en el Mediterráneo muestra al observador una asimetría en la percepción recíproca entre las dos orillas de la cuenca. Con bastante frecuencia las sociedades de la costa meridional tienen conocimientos básicos de historia, aspectos de la vida cotidiana y lenguas nacionales del lado septentrional, mientras que no puede decirse lo mismo en sentido contrario. En general, los países mediterráneos septentrionales tienen una percepción y un conocimiento más vagos de sus vecinos del otro lado.

El escenario

Tahar Ben Jelloun, en un artículo titulado «Ká-láshnikovs por satélite», publicado en la revista *L'Espresso* del 27 de mayo de 2004, defiende brevemente que las principales televisiones árabes por

satélite dominan las técnicas de información al mismo nivel que la CNN norteamericana y apunta que, para los árabes, las imágenes emitidas forman parte de la resistencia contra la ocupación americana. Su artículo acaba con una advertencia que considero significativa, pero también inquietante. La incluyo aquí porque la idea de este estudio nació de la misma convicción e inquietud. Hablando del programa «Al Shatat» («Diáspora»), que es una serie de televisión creada por un profesor de una universidad siria y emitida por el canal de televisión libanés Al Manar, perteneciente al movimiento Hezbolá, Ben Jelloun manifiesta que ha sido contraproducente «para la causa palestina debido a unas pocas escenas, basadas en estereotipos antisemitas, que irritaron a la comunidad judía [...]. Cuidado, pues, con las imágenes, porque pueden ser letales, causar racismo y enturbiar las mentes.»

1. Algunas de las ideas planteadas aquí se discutieron extensivamente en «I media nel Mediterraneo: codici comunicativi e costruzione del dialogo. Problemi e prospettive», en M. Brondino e Y. Fracassetti (eds.), *Il Mediterraneo Vede, Scrive, Ascolta*, Milán, Enciclopedia del Mediterraneo, Jaca Book, 2005, pp. 81-118. La sección sobre Al Yazira International y sus imágenes forman parte de una investigación en curso subvencionada por un proyecto estratégico del Ministerio italiano para la Investigación y Universidades: «Identidad y cultura en el discurso de dominio específicamente inglés» (año 2005-Ref. 2005109911).

En las siguientes páginas intentaré explicar de qué forma las imágenes de televisión, entre otras, pueden representar un peligro potencial para el entendimiento y la comunicación intercultural entre las dos orillas del Mediterráneo, y exploraré la posibilidad de crear una serie de códigos de expresión y comunicación capaces de hacer justicia a las diversidades que este mar siempre ha personificado y representado.

Por mi condición de lingüista, este artículo empezará por observar ciertas imágenes grabadas, y la información relacionada con ellas, que están cruzando esos puentes que Dibia (2005) describió en *La télévision, un pont virtuel sur la Méditerranée entre les peuples et les cultures*. Para alcanzar este objetivo, la parte científica de este estudio de investigación² se basa en una serie de trabajos que considero fundamentales y útiles para intentar un enfoque interpretativo diferente de la cantidad de imágenes «que caen del cielo». Ante todo, el análisis semiótico de la construcción surge de los estudios de Kress y Van Leeuwen (1996) y de los de Metz (1972), oportunamente adaptados. La interpretación de la proxémica y del modo en que las personas que pertenecen a una cultura determinada pueden hacer significativos ciertos lenguajes audiovisuales se inspira, en cambio, en la obra de Duranti (1997) y, en particular, en el capítulo 5.6, «Representaciones visuales aparte de la escritura». De esta forma, la imagen de televisión puede considerarse una unidad de participación (Duranti, 1997: 304), que es útil para comprender las interacciones paralelas entre los participantes en la misma secuencia narrativa. Este método de análisis utiliza imágenes convenientemente captadas y digitalizadas de programas de televisión, que permiten rastrear e identificar las interacciones mencionadas. Creo que esta técnica también es efectiva en relación con los problemas de los «espacios sociales de contacto» de la comuni-

cación mediada (Wertsch, 1991). La acción mediada está definida como el punto en el que la cultura, la sociedad y, en nuestro caso, los medios empiezan a formar parte del comportamiento humano. Ésta es entonces la esfera en la que las prácticas sociales y del habla se reconocen como actos lingüísticos³ por parte de los seres humanos. De la misma manera, también es la esfera en la que las personas operan en la sociedad y en las prácticas del habla. Por eso una imagen de televisión, que es un elemento de acción mediada, puede utilizarse como una unidad significativa para el análisis. Este método ha sido ampliamente utilizado por Scollon (1998), quien considera las imágenes como el «espacio de contacto» en el que la imagen se convierte en parte de la comunicación y la interacción social entre interlocutores, no sólo entre personas, sino también entre instituciones o naciones (Singer, 1998), hasta el punto de modificar su comportamiento. Todos estos son temas que considero cruciales para el análisis que deseo realizar. Mi estudio también se basa en una perspectiva sistémico-funcional conocida como análisis del discurso multimodal (O'Halloran, 2006). Esto hace posible generar nuevos marcos de trabajo semiótico para el análisis de una serie de géneros de discurso en medios electrónicos dinámicos y estáticos. Finalmente, para comprender que muchos lenguajes audiovisuales en diferentes naciones y programas de televisión presentan elementos comunes, debido a la práctica de «copiar», utilizaré la teoría memética (Blackmore, 2002), sobre todo el capítulo 16 del estudio mencionado. De hecho, cuando una persona o una institución «imita a otra, algo se transfiere entre las dos, y puede transferirse una y otra vez hasta el punto de adquirir una identidad propia. Podemos pensar que este algo es una idea, una instrucción, un comportamiento, un fragmento de información...» (Blackmore, 2002: 7). Esta teoría pretende explicar cómo los memes,⁴

2. La construcción de bases de datos y algunas presunciones teóricas en este artículo fueron el resultado de un proyecto de investigación subvencionado por el Ministerio italiano para la Investigación y Universidades (2002104353-005) titulado «Interculturalità e strategie di adattamento testuale – Prácticas interculturales y estrategias de adaptación textual».

3. Es fascinante ver cómo recuerda esta teoría, no sólo en su terminología, la de Searle (1976) sobre actos lingüísticos.

4. «Meme (del griego *mimema*, esto es 'imitado' en el sentido de 'gen'): un elemento cultural que puede considerarse transmitido de un individuo a otro por medios no genéticos, especialmente mediante la imitación», citado por Blackmore (2002), p. 71.

que son unidades de información significativas a un nivel estilístico o cognitivo, al comportarse como genes, permiten al hombre, a través del lenguaje, copiar, adaptar y reproducir ideas y contenidos modificando mentes y culturas. Los *memes* son, pues, reproductores conceptuales independientes que se difunden de unas personas a otras, pero también de cultura a cultura.

Análisis de imagen, algunas consideraciones preliminares

Las imágenes seleccionadas para este estudio, que forman parte de una base de datos recogida en un año de investigación, demostrarán que la modalidad memética también está ampliamente difundida en los lenguajes audiovisuales. Dado que esta modalidad es reconocible a través de elementos que son similares a los presentes en la propia cultura, mi selección se basa no sólo en criterios científicos, sino también personales. Debido a la propia esencia de la definición memética, utiliza imágenes de televisiones «forasteras» como elementos comparativos con nuestro propio mundo, que para nosotros es «local» y, por consiguiente, es percibido de una forma más habitual. El objetivo es asumir el punto de vista de un espectador que no está interesado en el mecanismo culturalmente significativo de las imágenes ni en la comunicación intercultural, y al hacerlo intentar entender qué imágenes desencadenan visiones estereotípicas. En tanto que las imágenes que utilizo están culturalmente marcadas,⁵ espero que muy pronto nuestros colegas meridionales nos guíen por una visión desde su punto de vista.

La difusión de elementos y estereotipos estilísticos, tanto si son positivos como negativos (Scollon y Scollon, 1997: 158-159), no sólo depende de la televisión, sino también, como he dicho antes, de otros medios, y de otras experiencias que forman parte de nuestra vida diaria. Además, la producción de imágenes no es neutral, es la consecuencia de un proceso culturalmente marcado. Es el resultado de las alternativas elegidas por el creador entre la cantidad de opciones combinadas ofrecidas por el

código de medios de comunicación; en consecuencia, también son significativas las exclusiones que implica el proceso. El uso de opciones y exclusiones está condicionado, a su vez, por los factores socioeconómicos y políticos que apuntan a mecanismos de selección complejos.

Evidentemente, no es casualidad que en la actual guerra de Irak, por todas las razones mencionadas antes, los grupos organizados que secuestran occidentales tiendan cada vez más a emitir vídeos de declaraciones y ejecuciones a través de Internet. Este medio no sólo es conveniente estructuralmente para la esencia clandestina de estos grupos, sino que también permite evitar una posible censura o bloqueo de emisión de sus vídeos, una vez que se ha difundido la información. Incluso en esta situación los comunicadores muestran una tendencia memética a usar códigos gracias a formas muy sofisticadas de procesar elementos importantes. El ejemplo más claro es el código de color naranja que obligaron a llevar a los prisioneros tras emitir las imágenes de las torturas infligidas por los americanos en las prisiones iraquíes. Esto funciona como una especie de eco memético de los monos naranja que visten los presos en Guantánamo, pero también indica que el prisionero ha sido condenado a muerte como venganza por los sucesos de Irak.

El carácter memético de estos códigos se confirma con un suceso que se remonta a agosto de 2004. En aquellos días se difundió por Internet un vídeo de la ejecución de un ciudadano americano a manos de un grupo terrorista desconocido para los expertos. Las autoridades estadounidenses declararon que el ciudadano no era residente en Irak y que no había desaparecido. Pocas horas después, el ciudadano ejecutado apareció en los canales de televisión norteamericanos y explicó que el vídeo era el producto de su propia manipulación para contribuir a su campaña publicitaria para las elecciones.

Por lo tanto, vemos que el código del color naranja atravesó dos cambios meméticos en pocos meses. Dejando a un lado estos casos extremos y considerando el uso cada vez más amplio de los medios de masas para la emisión de información, creo que es importante que los lenguajes audiovisuales y mul-

5. Véase la discusión del siguiente párrafo.

timedia formen parte de un plan cuyo objetivo sea crear la posibilidad de cooperar en el área mediterránea desde el punto de vista tanto de la educación como de la producción de contenidos.

Dinámica de la comunicación mediada: una perspectiva mediterránea

Algunos especialistas han señalado que, en los últimos diez años, las poblaciones del sur del Mediterráneo y Oriente Medio se han ganado el derecho a la información y, como predijo Debord (1967), han entrado en el complejo mundo del «infotainment».⁶ Esta palabra define los programas de información que también entretienen, con el objetivo de aumentar la audiencia y así inducir a los compradores de espacio publicitario a elegir sus canales o programas para obtener un mayor provecho de sus inversiones. En este aspecto, creo que es correcto decir que ambas orillas del Mediterráneo están al mismo nivel, ya que esta lamentable evolución del sistema de información⁷ es relativamente nueva también en la orilla norte. Así, toda la zona parece un campo fértil para la conquista de estilos y códigos de comunicación propios de una cultura de televisión angloamericana. Como prueba de esto, también en la orilla sur, una serie de canales de televisión han roto con la retórica de la televisión «autóctona», según la cual la noticia que abre ha de estar dedicada a la actividad del jefe de Estado, seguida sólo hacia el final por lo relativo a lo que sucede en el resto del mundo. Al mismo tiempo, también es cierto que los canales de televisión nacionales mantienen estos formatos, aunque un poco modificados. Sin embargo, al hacerlo se erigen asimismo en garantes de una modalidad de comunicación que sólo puede permitirse la televisión pública, con la única excepción de Italia dada su peculiar situación actual, sin arriesgarse a ahuyentar a los anunciantes y, en consecuencia, sin someterse exclusivamente a la lógica del mercado o de los beneficios. En este sentido, suscribo la opinión

de Dibie sobre el papel que los canales públicos de televisión deben mantener en el futuro cercano del área mediterránea para contrarrestar la degeneración de contenidos que el denominado mercado libre supone e impone. No es por casualidad que el sociólogo francés Bourdieu (1998), en su estudio sobre el periodismo de televisión, destacara un sistema en el que «toda la producción se hace para conservar los valores preestablecidos» y en el que la competencia «más que generar originalidad y diversidad, tiende a favorecer la uniformidad».

Durante el año que dediqué a documentarme sobre la variedad de los códigos visuales utilizados por las emisoras de televisión mediterráneas para preparar este estudio, emergió una fuerte tendencia por parte de las emisoras privadas, fueran del país que fueran: la tendencia a ser extremadamente meméticas del modelo angloamericano que, debe reconocerse, ha condicionado a todo el mundo por una serie de razones socioeconómicas. Por lo tanto, parece posible decir que, mientras la Europa continental, o deberíamos decir la costa norte del Mediterráneo, ha llegado al fin de la denominada *gobernanza*, tal y como ésta se definió, el área sur utiliza códigos visuales básicos en los medios con más frecuencia. «A lo que hemos llegado es a algo parecido al final de la *gobernanza*, como se ha dado en llamar. Cuando los medios dirigen el espectáculo, la confusión de voces e imágenes de las ondas pasa por delante de lo que describen las imágenes, ya nadie manda» (Dornan, 2001).

Teniendo presentes estas observaciones sobre el mercado de los medios y cómo influyen, incluso desde el punto de vista lingüístico y semiótico, en la producción de los contenidos, como demostró Fairclough (1995), es posible decir que las emisoras mediterráneas parecen ser más originales, o si se prefiere, más «tradicionales» en la elección de los códigos que utilizan, y esto no es una paradoja. Parecen tener mayor conciencia, incluso colaborando en programas de intercambio con otras emisoras, no sólo de que el medio es el mensaje, sino también

6. Término creado para unir las palabras información y entretenimiento.

7. Para un examen en profundidad y un análisis crítico del sistema, véase Hargreaves (2003). Creemos que esta contribución es especialmente significativa porque Hargreaves no es sólo un profesor universitario, sino que también ha estado al mando de importantes periódicos británicos.

de que el formato utilizado para transmitirlo es de crucial importancia.

Es importante apuntar que esta observación no implica un juicio sobre lo modernos que son los códigos utilizados, sino que más bien quiere plantear el hecho de que algunos de estos códigos están todavía relativamente poco influidos y, por lo tanto, carecen de modalidades expresivas distintas a las de los receptores del mensaje. En otras palabras, creo que todavía es posible que los presentadores del sur del Mediterráneo intenten crear un lenguaje televisivo con una matriz local fuerte, que sería, por lo tanto, más conveniente para los propósitos educativos que Dibley considera propios de las emisoras públicas nacionales. Por el contrario, muchas emisoras privadas, especialmente en la orilla norte, pero no sólo allí, ya se han incorporado a la esfera de los códigos audiovisuales más marcados culturalmente, que proceden de las *majors* norteamericanas. Ello se debe a que, desde un punto de vista típicamente globalizado, gracias a una tecnología que avanza rápidamente, «prolifera las fuentes de noticias y entretenimiento a tal ritmo que los magnates de los medios han sido sustituidos por una bandada de ejecutivos de los medios, apurados y a veces confundidos, que intentan adivinar qué desea el público». ⁸ En esta situación, las emisoras intentan optimizar el gasto para generar una economía de escala. Ello a su vez tiende a crear modalidades expresivas miméticas y meméticas; dicho de otro modo, los formatos televisivos se parecen cada vez más, sobre todo los de las emisoras privadas. Es interesante notar (veánse, en versión inglesa, fotografías de referencia MAC01 y MAC02 en la página 34) que dos canales con objetivos editoriales aparentemente opuestos y con públicos culturalmente diferentes, la CNN y Al Yazira, organizan su espacio narrativo de forma idéntica. ⁹

Esta composición gráfica y semiótica de la pantalla se remonta a los años noventa. En todas partes

del mundo, se crearon servicios de información con enlaces en la World Wide Web y, paralelamente, apareció una infinidad de canales de televisión por satélite, la mayoría de ellos dirigidos a empresarios. Estos canales dividían la pantalla en varias unidades de información, permitiendo así al público observar una entrevista con un director de gestión, o un debate sobre análisis de mercado, simultáneamente con un torrente de datos actualizados al segundo. Hargreaves (2003: 198) señaló que esta saturación de información en la pantalla coincidió con la pobreza de los contenidos propuestos. El tema de la difusión memética de estos códigos es importante, ya que el método de formación del personal que participa en el proceso de generación de imágenes depende de ello. Uno de los aspectos que nos intrigaba mientras realizábamos el estudio era que muchos especialistas, incluso admitiendo que los medios pueden tener un papel fundamental en el desarrollo democrático de los países, tienden a subestimar que esto pueda alcanzarse con la generación de un lenguaje común, presagio de la coexistencia pacífica en el área mediterránea.

Los datos recopilados muestran una falta de conciencia, por parte de los países de la orilla norte y los países occidentales en general, de que los mensajes creados para un público nacional cruzan fácilmente las fronteras, gracias a la tecnología satélite e Internet, pero pueden ser interpretados de formas completamente diferentes en otras partes del mundo. La conciencia del fuerte valor cultural de las imágenes y su no universalidad parece no existir en muchas emisoras, que confían el gran mar de televisiones satélite, circuitos internacionales e Internet a señales que a menudo están culturalmente demasiado marcadas. Por el contrario, esta conciencia debería desarrollarse especialmente en el período actual, en el que los conflictos en Oriente Medio y Próximo recrudescen los problemas para la coexistencia pacífica en la zona mediterránea, y no sólo allí.

8. Rupert Murdoch, discurso dado en Banqueting House, Londres, 1 de septiembre de 1993.

9. Fuentes bien informadas del mundo televisivo árabe islámico dicen que la mayoría de los profesionales que trabajan para Al Yazira han sido formados y han trabajado para el Servicio Árabe de la BBC. Cuando este servicio se clausuró, sus técnicos y periodistas fueron contratados por la nueva empresa de televisión. Es interesante porque demuestra que, no sólo se usan códigos semióticos de origen angloamericano, sino que también, debido a una serie de razones socioeconómicas, se difunden de una forma memética (Blackmore, 2002, pp. 349-374).

Mencionaré algunos casos que considero ilustrativos de lo que quiero decir. El primero se remonta a octubre de 2002, cuando un grupo de combatientes/partisanos/rebeldes/terroristas de la guerrilla chechena tomaron rehenes en un teatro de Moscú, reteniendo a más de 800 espectadores. Al intentar romper el asedio, las unidades especiales rusas mataron a 41 miembros del comando y a 129 rehenes. Como se puede ver, la elección lingüística del término utilizado para identificar a los autores del secuestro plantea un problema grave al redactor, porque la propia elección define su posición en relación con el suceso descrito. El mismo problema debió plantearseles al cámara, al editor y al productor del programa, cuando seleccionaron las imágenes que emitirían. En realidad, éstas son las «palabras» de un lenguaje mucho más complejo y sofisticado que, sólo porque está constituido por imágenes, muchas personas consideran «neutral». Si bien es verdad que «una imagen vale más que mil palabras», plantea problemas más complejos en su uso semiótico, dada la errónea idea de que es comprensible y descifrable sea cual sea el idioma hablado por los espectadores. Algunas personas creen que en un programa de noticias, incluso sin volumen, se puede comprender más o menos el contenido de la noticia. Esto no es exactamente cierto. En el caso del teatro de Moscú, las imágenes muestran mujeres muertas que pertenecían al grupo de los secuestradores. Llevaban velos que les cubrían la cabeza. La cámara se demoró varios segundos en esas mujeres desarmadas, una eternidad en el ámbito televisivo. ¿Cuál podría ser el efecto en el público o, mejor dicho, los públicos, en distintas partes del mundo? En Moscú o en Nueva York alguien podría haber visto a esas mujeres como el enemigo, tan fácilmente identificables por el símbolo, el velo, que inmediatamente las relaciona, en términos estereotipados, con el denominado «choque de civilizaciones» (Huntington, 1997), del que precisamente los medios hablan tanto. Y, sobre todo, ¿se tranquilizarían al ver al enemigo neutralizado y reducido a la impotencia? Personalmente sentí pena y compasión, como siempre que veo

imágenes de la muerte, independientemente de la razón por la que un ser humano ha fallecido. Pero también sentí un escalofrío, porque me pregunté qué efecto tendrían esas mismas imágenes en personas que se reconocieran a sí mismas¹⁰ en ese velo o en esa clase de acción.

He tenido estudiantes islámicos, todo menos extremistas, que me han dicho que ciertas imágenes están tan fuertemente cargadas de simbolismo y son tan explícitamente significativas para su cultura y religión, que les trastornan y ofenden. Pero otros plantean la siguiente pregunta: «¿Por qué los canales de televisión siempre emiten con tanto lujo de detalles las imágenes de todos los ataques contra ciudadanos israelíes, pero muy pocas veces los de la destrucción de las casas palestinas?» Es fácil de entender que estos temas siempre desencadenen una reacción emocional. Hagamos un esfuerzo para pensar cómo se recibirían estas imágenes en los campos de refugiados palestinos de Sabra y Chatila o en Chechenia. Si le parece una exageración, intente imaginar qué sentiría cualquier ciudadano viéndose representado por imágenes de televisión de otro país a través de una serie de estereotipos que, si por una parte identifican su cultura, por la otra, precisamente porque son estereotipos, simplifican excesivamente la representación, distorsionando la autoidentificación y haciéndola ofensiva a veces. Esta reacción no está determinada por el hecho de que lo que se dice no sea cierto, sino más bien porque ya no es reconocible, porque los estereotipos no tienen en cuenta la complejidad de la situación. El problema es que esta clase de fenómenos o simplificaciones comunicativas suceden regularmente, no sólo con imágenes de televisión.

Hay un segundo caso que considero útil para el análisis: el de las imágenes creadas para un público específico y que se reutilizan para un objetivo diferente. Esto puede hacerse por una serie de razones, como lograr una economía de escala, pero los riesgos asumidos son extremadamente altos. Las imágenes siguientes (veáanse fotografías de referencia MAC03 y MAC04 en la página 36) muestran las pantallas

10. Pensemos en la masacre de Beslan. También en este caso el grupo de secuestradores tenía mujeres chechenas con velo. Parecen ser muchas las similitudes con el caso que estamos describiendo, pero esta vez las imágenes de los secuestradores (muertos o vivos) no se emitieron.

de dos canales por satélite: Rai News 24 y Rai Med. Se grabaron el mismo día, a una distancia de pocos minutos, como se ve en el reloj de la pantalla.

La imagen de pantalla de Rai News 24 muestra una composición derivada de la CNN, como hemos dicho antes. La imagen de pantalla de Rai Med, que tiene la zona del Magreb como objetivo principal, también sigue el mismo esquema, pero gráficamente contiene varios errores. El más evidente es la actualización del tiempo de algunas capitales europeas que están escritas en italiano en lugar de árabe. Lo mismo puede decirse de la información bursátil y los cambios de moneda, abajo a la derecha. Así, el público árabe ve un marco que lo prepara para recibir un mensaje como si estuviera expresamente elaborado y codificado para su contexto cultural, pero al final sus expectativas se verán frustradas, como veremos enseguida. Además, la pantalla de Rai Med dice que la emisión, en árabe, empezará a las 22 horas, pero la comunicación, como podemos ver, ya ha comenzado. Es importante subrayar que estas imágenes de pantalla, a pesar de la imprecisión que contienen, desde el punto de vista semiótico activan posibles caminos de interpretación, o isotopías (Eco, 1989; 92-10), que preparan al receptor para descifrar los mensajes de forma más conveniente para su ambiente cultural y expectativas, rebajando los filtros afectivos y haciéndolo más permeable a los contenidos transmitidos por los medios. El problema es que, a menudo, antes de las 22 horas, Rai Med no hace otra cosa que repetir los programas de Rai News 24, que a su vez repite parte de la información producida por los canales nacionales de la Rai (la emisora pública nacional italiana). En el caso de las dos imágenes, ambos canales emitían un reportaje de «Noticias regionales de los Abruzzos» (una región italiana). Era una historia sobre un emigrante en Italia y sin subtítulos en árabe, que es algo bastante habitual en este canal. ¿Ello sólo obedece a una gran confianza en la capacidad del público del Magreb para comprender el italiano, o es una especie de ceguera comunicativa y cultural?

La cuestión que debe plantearse es ¿qué sentido tiene contar con un canal que, a pesar de algunos problemas, está dedicado, incluso gráficamente, a la orilla sur del Mediterráneo, pero con el audio a menudo en italiano y cuyos contenidos son sólo la repetición de los canales nacionales italianos?¹¹ La cuestión se vuelve más seria cuando, como sucedía en un pasado reciente, en lugar de la historia del peluquero italoargentino, Rai Med emite las noticias nacionales italianas con declaraciones que especulan sobre la legitimidad de tirotear los barcos que transportan inmigrantes ilegales que intentan alcanzar aguas territoriales italianas, u otras declaraciones racistas que ofenden al público en cualquier costa del Mediterráneo. Está claro que en este caso se ignora que los medios encarnan un papel fundamental en la actividad diplomática pública.¹² También se ignora que la difusión de imágenes y declaraciones a través de los canales por satélite requiere hoy ser consciente de una serie de variables, que si no se controlan y dominan de forma conveniente, pueden comprometer la percepción mutua de las diferentes naciones y, de esta manera, poner en peligro también las posibilidades de un futuro diálogo.

Sin embargo, esta clase de errores suceden regularmente, todos los días, porque los programadores a menudo olvidan que estas señales, una vez puestas en los puentes virtuales, escapan a su control. Nos enfrentamos a puentes de los que conocemos el muelle de salida, pero no la longitud ni la clase de terreno en el que está colocado el muelle de llegada. Considero una irresponsabilidad difundir declaraciones racistas e intolerantes fuera de los circuitos del terreno nacional, independientemente de su origen y del hecho de que nuestra nación sea la que mande o reciba estos mensajes. El mismo riesgo lo corren evidentemente nuestros homólogos. Una noche seguí un programa en Al Yazira traducido al inglés. Era un debate sobre la situación actual, con llamadas de teléfono del público. Muchas de las llamadas manifestaban que el enfrentamiento entre nosotros (el mundo árabe e islámico) y ellos (los

11. Esto también fue señalado por Dibie (2003), pp. 84-86.

12. Para una discusión más amplia sobre diplomacia pública y sus implicaciones en el área mediterránea y en Oriente Medio, véase la sección «Lecciones aprendidas y algunas preguntas: hacia un lenguaje y un espacio intermedios».

occidentales) era inevitable. Para apoyar este punto de vista se mencionaban no sólo los hechos político-militares de sobras conocidos, sino también la «corrupción» de los occidentales. Una serie de llamadas ejemplificaban dicha corrupción: el aumento de la pornografía en los canales de televisión, la difusión de la homosexualidad, el aborto y la forma en que viven y se visten las mujeres. En cuestión de minutos había podido ser testigo de un resumen de estereotipos sobre la parte del mundo en que vivimos y eso me hizo reflexionar sobre el modo en que nos perciben. No obstante, si yo hubiera sido uno de los creyentes en el choque de civilizaciones defendido por Huntington (1997)¹⁵ y que se identifican con su pensamiento, ¿habría considerado las llamadas a Al Yazira como puntos de partida para reflexionar o habría tenido la confirmación de la hostilidad entre nosotros y el mundo árabe-islámico, dando voz así a todos nuestros peores estereotipos y prejuicios? ¿O me habría limitado a señalar que muchos de los canales por satélite pornográficos ofrecen sus servicios exclusivamente en lengua árabe? ¿Habría intentado entender el significado aparentemente inequívoco de algunos programas transmitidos regularmente por Al Manar (véase fotografía de referencia MAC05 en la página 38) o me habría limitado a calificarla como la «emisora de los terroristas»?

En consecuencia, no se deberían subestimar los cambios casi imperceptibles que la comunicación mediada puede introducir entre las naciones y, sobre todo, entre sus ciudadanos. No es por casualidad que considero la comunicación mediada un elemento crítico en lo que he definido como microdiplomacia; es decir, la diplomacia representada de varias maneras por los ciudadanos individualmente.

Bastante recientemente, este panorama ha sido modificado de nuevo por la entrada «en escena» de Al Yazira Internacional. El canal emite en inglés y así da acceso más fácil a información «diferente», o al menos ofrecida desde un punto de vista diferente, a un público más amplio. Desde buen comienzo los programas del canal han dejado claro su objetivo de «promocionar una comunicación intercultural me-

yor». ¿Es sólo una declaración impactante para polarizar la atención del espectador? Al contrario, esta estrategia comunicativa parece realizarse en todos los campos posibles del proceso de producción. Para reforzar la idea de ser un canal de «sólo noticias» independiente y alternativo, Al Yazira Internacional ha contratado a periodistas mundialmente famosos de habla inglesa, como el presentador de la BBC David Frost («Breakfast with Frost», ahora rebautizado en la nueva cadena como «Frost Over the World»). Al mismo tiempo, la emisora está aplicando una estrategia muy meditada sobre aspectos sutiles de los procesos de producción del lenguaje (Conoscenti, 2004) en su producción audiovisual. Un ejemplo típico son los videoclips que se emiten antes de las noticias. No sólo se producen con la misma técnica de edición y selección de las imágenes de BBC 24 y BBC World, sino que usan una banda sonora para el clip que es una reproducción perfecta de las de la BBC. Lo mismo se puede decir de los acordes musicales, la armonía y el ritmo. El efecto memético está claro y el eslogan «yo también» puede identificarse con facilidad y, por tanto, este canal merece tanta atención y consideración como la BBC; esta última tiene (¿o ha tenido?) una reputación de independencia crítica en cuanto a selección y difusión de las noticias.

Otro aspecto interesante es la amplitud de la zona geográfica sobre la que informa, de Asia a África, relegando a un segundo plano, voluntariamente (?), a Oriente Medio. En consecuencia, Al Yazira Internacional se representa a sí misma como el canal capaz de dar voz a varias áreas del mundo, y a sus problemas, generalmente olvidados por otras emisoras de noticias globales.

Otra estrategia interesante es el uso de imágenes para representar el estatus de la mujer en el mundo árabe e islámico. La cadena emite cada semana «Everywoman»: un programa cuyos primeros episodios se dedicaron a los derechos de la mujer islámica. Los productores inmediatamente centraron su atención en el código visual como vehículo de significados implícitos. La presentadora siempre aparece representada como una locutora de estilo

13. Entre las otras ideas del estudioso norteamericano, me impresionó una, expresada en una *lectio magistralis* en la Feria del Libro del Turín, según la cual la beligerancia de los países árabes islámicos se debe a la mayor proporción de jóvenes. Huntington cree que son más agresivos como consecuencia del torbellino hormonal al que están sometidos.

occidental, mientras que las mujeres islámicas aparecen bajo formas distintas, para ofrecer una especie de variedad ejemplar de la realidad islámica. En el episodio de los derechos de la mujer en Malasia y Sarawak, la representación se hacía como sigue (las imágenes se presentaban en la pantalla en una secuencia que duraba unos pocos segundos. Véanse fotografías de referencia MAC06, MAC07 y MAC08 en la página 39):

Observemos la presencia simultánea de diferentes estilos comunicativos personales ejemplificados mediante el atuendo de las participantes. Fijémonos también en las torres de Kuala Lumpur al fondo. Evocan una imagen de «modernidad» contrastando/ en oposición/o simplemente actuando de fondo para las dos mujeres. La elección depende de las expectativas del espectador y la interpretación de la señal semiótica. Así, se nos ofrece una síntesis de «modernidad» y «tradición» que conviven y pasan de la pantalla a la vida cotidiana.

Se adoptó una estrategia similar al entrevistar a Nada Zeidan, una enfermera y famosa deportista de Qatar que es conductora de rally y tiradora de arco. En este caso, también, la estrategia de representación era mostrar y comunicar sus múltiples identidades como miembro de varios colectivos mediante la forma de vestir utilizada en cada situación. La primera imagen mostrada es la que abría el programa (véase fotografía de referencia MAC09 en la página 40). Observamos el contraste entre el velo, un elemento distintivo y culturalmente marcado, y el encuadre glamuroso de la imagen y el maquillaje de la entrevistada.

En la siguiente secuencia se ofrece otra representación de Zeidan, la de conductora de rally (véase fotografía de referencia MAC010 en la página 40). El espectador puede tener varias reacciones emocionales que lo lleven a una especie de comparación cultural que contrastará con la imagen previa:

En un cierto momento Zeidan dice: «Estamos en un país árabe, los hombres no quieren que las mujeres sean independientes.» El concepto queda claro gracias al movimiento rotundo de la mano y a su atuendo, esta vez el de tiradora al arco.

Más tarde vemos a la mujer durante una sesión de entrenamiento mientras da instrucciones a sus alumnas (véase fotografía de referencia MAC011 en la página 40). Una de ellas dice: «Quiero ser como

ella.» Ésta es la imagen de instructora y entrevistada mientras ella está haciendo esta declaración.

Esta breve secuencia de imágenes parece mostrar la intención de autores y productores de ofrecer al espectador occidental una representación que mitigue, si no borre completamente, la percepción de varios estereotipos referentes a las mujeres árabes e islámicas, representándolos (casi) simultáneamente en pantalla. Ello se consigue mediante la presencia simultánea de imágenes culturalmente marcadas (para el espectador occidental), apuntando a una complejidad comunicativa que los códigos verbales no pueden resumir.

He dicho que a veces el mensaje se genera con la conciencia de que alguien al otro lado del puente está observando. En este caso, todo se transforma en una shakespeariana «función dentro de la función», en la que no faltan referencias cruzadas reflejadas. Podemos observar dos casos interesantes. El primero se refiere al caso de los italianos secuestrados en Irak. En un momento concreto, la madre de uno de los rehenes suplicaba a los secuestradores, diciendo que personalmente creía que la guerra era injusta. Para hacer más incisivo el mensaje y tal vez más creíble, una musulmana amiga de la familia también estaba presente (véase fotografía de referencia MAC012 en la página 40).

Obviamente esta imagen crea una corriente isotópica interesante en ambos extremos del puente. Desde el extremo de la emisión, la presencia de la mujer árabe puede verse como un elemento que confirma un lazo particular de amistad entre las familias, o al menos como un símbolo de una presunta disociación de ciertas prácticas, aunque se obtenga por medio de una cooptación semiótica. Ciertamente la musulmana asume el papel de mediadora cultural para facilitar la llegada del mensaje al otro extremo del puente. En el extremo receptor, la presencia de la musulmana posiblemente sirve para activar una isotopía que familiariza el contenido y facilita la reducción de los filtros afectivos de defensa que se ponen en práctica con la recepción culturalmente marcada (Rai News 24 en italiano). Es interesante notar que la madre italiana se ve de perfil al leer su súplica, mientras que la mujer con velo mira a la cámara, y así se convierte en el elemento privilegiado de la unidad de información. Es como si la cámara hubiera absorbido ya el significado pretendido por

los productores semióticos. Por supuesto, en cuanto la madre termina de leer su ruego, la mujer islámica lee la misma súplica en árabe y se convierte en el único elemento informativo de la imagen (véase fotografía de referencia MAC013 en la página 41).

El lazo emocional entre las dos mujeres está subrayado por la mano de la madre italiana sobre el hombro de la mujer islámica y, cuando la lectura del mensaje en árabe termina, la narración visual acaba con un abrazo que sella su unidad de objetivos (véase fotografía de referencia MAC014 en la página 41). Ésta es una formulación ritual de la esperanza de una coexistencia pacífica, que fue invalidada unos días después por la noticia de los prisioneros de guerra en Irak. Debe notarse que su mensaje contrasta con los titulares de las noticias de última hora que pasan por la parte baja de la escena al final de la lectura, que dicen: «Irak: soldados norteamericanos bombardean la milicia en Al Fallujah», una versión moderna de nuestra propia *Guerra y paz*. No hace falta comentar el otro titular que dice: «Terrorista sirio muere en un ataque contra oficinas de las Naciones Unidas en Damasco.» ¿Son sólo coincidencias desafortunadas?

Éste es un caso interesante de creación de un significado intercultural espontáneo que, incluso con códigos simples, es capaz de forzar un potente marco visual narrativo en el productor de las imágenes que es difícil de eliminar.

Para concluir esta sección, que sólo ha utilizado un número mínimo de las imágenes recogidas durante un año de investigación, parece posible que la observación recíproca sea activa en ambos lados de los puentes. El problema es que sólo ahora empezamos a comprender cuáles son los efectos. La idea más importante que ha surgido es que es necesario encontrar una forma de facilitar una comunicación que no es fácil.

Lecciones aprendidas y algunas preguntas: hacia un lenguaje y espacio intermedios

En el curso de este artículo he intentado señalar que el problema de la comunicación intercultural a

través de los medios todavía es objeto de demasiados malentendidos que no tienen en cuenta la realidad. También he intentado demostrar que los mensajes, una vez generados y puestos en circulación, pueden derivar en significados que son muy diferentes de los que pretendían sus generadores. Son muchas las explicaciones posibles, y algunas de ellas pueden encontrarse en círculos interdisciplinarios que en cierto modo están relacionados con los estudios humanos y sociales, como O'Halloran (2006) ha intentado demostrar. Ante todo es necesario reconocer que existe una gran distancia que separa a los que crean las imágenes y las noticias de los que las reciben. Si, por una parte, la globalización dio un fuerte impulso a la homogeneización de las culturas de élite, a las que pertenecen las personas que gestionan la producción de los medios, como demuestran algunas de las imágenes seleccionadas, por otro lado debemos ser conscientes de que los receptores pertenecen a clases más bajas¹⁴ y son más refractarios a innovaciones en los códigos de comunicación.

Dado que considero la globalización una forma de neocolonialismo, incluyo en esta reflexión a todas las producciones culturales del mundo no pertenecientes a la matriz angloamericana. Una respuesta al problema en la zona mediterránea, que ha estado tan fuertemente condicionada por los sucesos políticos y económicos causados por agentes externos y que empujan a buscar una nueva identidad de una forma que quizá nunca había existido, es intentar construir una identidad intermedia a través de los medios y la representación mediada que tenga un común denominador. Roque (2005) propuso sustituir el concepto de «frontera», que tiene demasiadas connotaciones políticas, por el de espacios intermedios e intermediarios. Sin duda, los puentes virtuales representados por los medios de comunicación de masas —radio, canales de televisión (tanto satélite como otros) e Internet— pueden generar un espacio intermedio, es decir, un espacio de los medios que puede concebirse y usarse, hablando en términos antropológicos, como un momento de intercambio con el «otro» y, al mismo tiempo, como un lugar

14. Desde este punto de vista también son fáciles de manipular.

para experimentar lenguajes comunes. Básicamente, esto sólo significa repetir los procesos que durante miles de años el comercio y los contactos humanos han favorecido siempre, es decir, el nacimiento de un método de comunicación como expresión de la necesidad de intercambios. En la actualidad, todos los países que dan al Mediterráneo y sus vecinos necesitan entender que la coexistencia es posible, aunque haya una diversidad de lenguas, religiones, hábitos y costumbres. Desde este punto de vista, sin duda los medios representan una oportunidad, ya que la generación más joven, al igual que quienes están en proceso de alfabetización, está mucho más inclinada a absorber contenidos e ideas a través de los códigos audiovisuales que a través de medios tan tradicionales como, por ejemplo, este libro. No obstante, por las razones dadas en este estudio, sigo albergando algunas dudas sobre el intercambio descontrolado de las producciones televisivas (Dibie, 2003: 85), especialmente cuando no está precedido por una educación adecuada sobre la forma en que otros se comunican a través de lenguajes audiovisuales. Esto es así por dos razones. La primera es el impacto negativo que podrían tener los estereotipos contenidos en los programas, complicando la ya compleja comunicación intercultural en este período histórico. La segunda es la posible difusión memética de modelos de comportamiento¹⁵ y sus consecuencias sobre el tejido social.

Humphrys (2005: 332-333) ha observado: «Escribí hace tiempo que ninguno de los que vimos las imágenes de los aviones chocando contra las Torres Gemelas las olvidaremos jamás, pero dudo que podamos recordar las palabras utilizadas para describir el horror. Algunas cosas terribles han sucedido en Irak antes y desde la guerra, y muchas palabras se han escrito para atacar el comportamiento de las fuerzas de ocupación y los insurgentes. Pero ¿alguna de ellas ha causado una fracción del daño causado por una simple foto de un prisionero arrastrado como un perro con una correa por una sonriente policía

militar? Lo dudo... Por eso necesitamos un lenguaje común y por eso hay que enseñarlo como es debido y supervisararlo constantemente.»

Humphrys se refiere a la lengua inglesa, pero creo que es necesario que nosotros encontremos un lenguaje común para evocar esos elementos que nos permiten identificarnos como algo diferente y alternativo a la visión del mundo que quiere imponerse como universal. En este caso, la ruptura de códigos, como ya he dicho, es más evidente entre canales privados y públicos. Los primeros son meméticos por excelencia: inventan su lenguaje para atraer a la audiencia, que a su vez atrae anunciantes. Utilizan una lógica utilitaria: si el código es complejo y hace difícil el acceso al contenido, se simplifica la codificación del mensaje, aunque sufra el propio contenido.

Sin embargo, los límites pueden transformarse en oportunidades. Un primer objetivo de cooperación, como he mencionado antes, podría ser la creación de un lenguaje audiovisual común. Éste debería tener en cuenta las distintas percepciones de la imagen que tienen las varias culturas de nuestra área de captación. La elaboración de un lenguaje para la televisión, que es suficientemente elástica para tolerar variaciones nacionales y culturales, parece ser una condición necesaria antes de pensar en verdaderos programas «mediterráneos» y canales comunes.

Esta observación permite la introducción de otra variable: la de los contenidos. De hecho, demasiado a menudo se tiende a pensar que las emisoras son el equivalente a los canales de información. Esto es de nuevo un efecto de los canales norteamericanos que tienden a transformar las noticias en entretenimiento, el ya mencionado «infoteniimiento». Lo hacen sin tener en cuenta que, durante una conferencia de prensa, un político no es necesariamente consciente de que sus declaraciones serán traducidas a otras lenguas y emitidas por todo el mundo. Sin embargo, los medios pueden y deben cumplir otros roles, uno

15. Tomemos, por ejemplo, los efectos generados por los seriales de televisión americanos sobre el lenguaje de las personas y sobre la cultura italiana, tanto la de la televisión como otras, en los años ochenta y noventa. Otro caso interesante de contaminación memética es la proliferación de los denominados formatos televisivos que difunden programas de televisión clonados mutuamente, con contenidos de dudosa calidad, como concursos, comedias de situación e «infoteniimiento», por mencionar algunos, por toda Europa y América.

de ellos la educación. Parece más interesante, aunque más complejo, preguntarnos a nosotros mismos si es posible planificar un programa de formación dirigido a superar el concepto de identidad nacional en favor de una identidad de zona. Soy consciente de que es cualquier cosa menos fácil, y además políticamente complejo, pero creo firme y rotundamente que es una de las razones por las que vale la pena pensar en una red mediterránea de comunicaciones. Imagino, y deseo, un grupo mixto internacional e interdisciplinario que durante las coproducciones especificadas por Dibie (2003: 85-88) sea capaz de explicar qué elementos son los significativos y marcados para cada cultura representada. Sólo con esta negociación de significado es posible pensar en el nacimiento y la creación de un lenguaje común de los medios de comunicación. ¿Para qué limitar esfuerzos en cooperación a la difusión de noticias y películas de televisión, en lugar de pensar en una radio y televisión para la juventud mediterránea, creadas para los ciudadanos del futuro, como objetivo principal de la experimentación en nuevos códigos?

En consecuencia, es necesario realizar un esfuerzo común para verificar qué tienen en común los métodos de formación, edición y producción de contenidos en la zona mediterránea. Tal esfuerzo implica una visión amplia y una participación activa de todos los implicados. Deben ser capaces de contribuir de forma simétrica en términos de poder, competencia y contenidos. Esto es necesario porque, si realmente queremos crear una televisión panmediterránea en un espacio «inter-medios», debemos preguntarnos, dejando a un lado la lógica comercial pura, cuáles son los contenidos que queremos comunicar y de qué manera queremos hacerlo.

Todas estas variables tendrán que estar subordinadas a la pregunta incluso más compleja que he intentado plantear en el curso de la discusión: ¿es posible tener una comunicación intercultural en el área mediterránea? Creo que sí, aunque apenas empezamos a plantear las cuestiones y a encontrar algunas respuestas.

El éxito sólo será posible si somos capaces de superar las viejas divisiones y la desconfianza mutua, que son el fruto de una larga y atormentada historia que, a pesar de todo, nos ha unido durante miles de años. En este punto, las respuestas y soluciones pueden

y deben ser de carácter político, sin olvidar que «la paz depende de ser intercultural» (Panikkar, 2002), y esto último, en nuestro caso específico, depende de la capacidad de diálogo entre las diferentes culturas y naciones presentes en las orillas mediterráneas.

Bibliografía

- BLACKMORE, S., *La macchina dei memi*, Turín, Instar Libri, 2002.
- BOURDIEU, P., *On Television and Journalism*, Londres, Pluto Press, 1998.
- CONOSCENTI, M., *Language Engineering and Media Management Strategies in Recent Wars*, Roma, Bulzoni, 2004.
- DEBORD, G., *La société du spectacle*, París, Champ Libre, 1967.
- DIBIE, J.-N., *La télévision, un pont virtuel sur la Méditerranée entre les peuples et les cultures*, Aix-en-Provence, Edisud, 2003.
- DORNAN, C., «Peering Forward», en R. Giles and R. Snyder (eds.), *What's Next? Problems and Prospects of Journalism*, New Brunswick (NJ) y Londres, Transaction, 2001.
- DURANTI, A., *Linguistic Anthropology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997.
- ECO, U., *Lector in fabula*, Milán, Bompiani, 1979.
- FAIRCLOUGH, N., *Media Discourse*, Londres, Edward Arnold, 1995.
- HARGREAVES, I., *Journalism, Truth or Dare?*, Oxford, Oxford University Press, 2003.
- HUMPHRYS, J., *Lost for Words. The Mangling and Manipulating of the English Language*, Londres, Hodder and Stoughton, 2005.
- HUNTINGTON, S.P., *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Nueva York, Touchstone, 1997.
- KRESS, G.R. y T. VAN LEEUWEN, *Reading Images: the Grammar of Visual Design*, Londres, Routledge, 1996.
- METZ, C., *Semiologia del cinema*, Milán, Garzanti, 1972.
- O'HALLORAN, K.L. (ed.), *Multimodal Discourse Analysis. Systemic-Functional Perspectives*, Londres, Continuum, 2006.
- PANIKKAR, R., *Pace e interculturalità. Una riflessione filosofica*, Milán, Jaca Book, 2002.

- ROQUE, M.-À., *Antropología mediterránea. Prácticas compartidas*, Barcelona, Icaria, 2005.
- SCOLLON, R., *Mediated Discourse as Social Interaction. A Study of News Discourse*, Londres, Longman, 1998.
- SCOLLON, R. y S.W. SCOLLON, *Intercultural Communication*, Oxford, Blackwell, 1997.
- SEARLE, J.R., *Atti linguistici. Saggio di filosofia del linguaggio*, Turín, Bollati Boringhieri, 1976.
- SINGER, M.R., *Perception and Identity in Intercultural Communication*, Yarmouth (ME), Intercultural Press, 1998.
- WERTSCH, J.V., *Voices of the Mind: A Sociocultural Approach to Mediated Action*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1991.

La información sobre el mundo musulmán en los medios de comunicación occidentales

Francis Ghilès. Instituto Europeo del Mediterráneo, Barcelona

¿Cómo podemos encontrar el equilibrio entre crítica y empatía cuando analizamos sociedades distintas de la nuestra? Es evidente que la percepción del «otro» viene determinada por nuestros propios valores, y en ese sentido el autor considera paternalistas aquellas posturas que, a fin de evitar etiquetas racistas, tratan de mostrarse dóciles ante los ideales y la cultura de los pueblos no europeos. Para él, eso les impide distinguir entre el bien y el mal. La realidad es, pues, subjetiva por definición, y dependemos de la opinión y la experiencia personal del periodista.

En términos generales, lo que la gente lee en la prensa y ve en la televisión forma parte en gran medida de su educación. Mis ideas nacen de mis treinta y cinco años de experiencia informando sobre asuntos del Mediterráneo occidental para el *Financial Times* y la BBC, trabajando como consultor para empresas occidentales y organizando seminarios sobre la región. También deben mucho a mi interés personal desde hace largo tiempo por la historia, el cual, a comienzos de la década de 1970, me llevó a escribir una tesis sobre los primeros años del dominio colonial francés en Argelia. Los recientes conflictos políticos acaecidos en Europa oriental, Oriente Próximo y Argelia me han alentado a cuestionar, más que nunca, toda una serie de ideas preconcebidas.

La imagen del «otro» se halla profundamente arraigada en toda cultura. Ello se refleja en las diversas lenguas que hablamos; por ejemplo, la expresión española «no hay moros en la costa» (es decir, «no hay peligro») no es sino una de tantas expresiones coloquiales cuyo origen y contenido se hallan profundamente arraigados en la historia. Los

estereotipos y clichés tan apreciados por los medios de comunicación constituyen una expresión popular de la imagen del «otro» que forma parte de nuestra educación. Los medios occidentales frecuentemente recurren a ellos, y lo mismo hacen los medios de los países de la ribera sur del Mediterráneo.

Puede definirse el periodismo como la producción de conocimiento general, la asimilación rápida de datos e ideas. El adjetivo *rápido* es la clave para comprender qué es lo que se espera de un periodista. Éste no tiene tiempo para ser un experto en el sentido académico. Su cualificación esencial es la de producir el número de palabras correcto (en la jerga televisiva, el «metraje» correcto) en el momento preciso. Su habilidad para decir algunas cosas de forma inteligible y amena constituye otra cualificación esencial. Sólo se le puede juzgar, pues, por la relación entre la realidad «objetiva» y lo que él o ella escribe. La aparición de Internet y de los *blogs* ha venido a añadir un nuevo elemento a lo que ya era un tema complejo.

La realidad es subjetiva por definición, un compuesto de cientos de experiencias individuales,