

- 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

The Sun. Sus valores, ideas y emociones pueden haberse configurado de forma que discrepen o choquen con el conjunto de valores e ideas arraigados en su país de acogida. Aquí radica el peligro de la era del satélite.

Los medios de comunicación globales han destruido los límites de la distancia y las fronteras. Quienes deseen escapar a lo que podría calificarse de «exclusión cultural» hallarán refugio en los canales de televisión por satélite que les «incluyan» o con los que se sientan identificados, como Al Yazira. La cuestión de la inclusión cultural debe ser prioritaria en la agenda de los artífices de la política mediática de Occidente, ya que los síntomas del fracaso a la hora de incluir a las minorías en Europa se han hecho plenamente visibles. Pero las políticas de inclusión cultural pueden utilizarse para movilizar fuerzas orientadas a la confrontación en lugar de promover la tolerancia y la inclusión. Así, por ejemplo, quienes en el mundo musulmán baten los tambores de guerra entre Oriente y Occidente contribuyen a la tensión y a la confrontación entre los musulmanes que viven en Occidente y sus países de acogida.

En el mundo occidental, las relaciones raciales sanas son víctima de unos medios de comunicación estrechos de miras y de unas políticas culturales que niegan la identidad de las minorías y tienden a marginar sus culturas. En consecuencia, hay que elaborar una política objetiva de inclusión cultural basada en la tolerancia, la diversidad y el respeto por las diferencias de raza, cultura, religión, etc. En ambas partes, tanto en Occidente como en el mundo árabe, hay quienes tratan de aplicar políticas mediáticas constructivas y quienes no. Algunos medios de comunicación conservadores y sensacionalistas de ambas partes tienen especial afición por hacer peligrar las relaciones raciales en Europa, así como la relación con los árabes, fomentando la enemistad en lugar de la amistad entre ambos mundos. La crisis de las caricaturas danesas que estalló en 2005/2006 es un ejemplo de ello.

Una política mediática de inclusión basada en los principios de la tolerancia, la diversidad y el respeto por las diferencias es una necesidad tanto a escala nacional como global. Millones de hombres y mujeres cruzan cada año las fronteras del Mediterráneo, y en Europa residen comunidades

de millones de ciudadanos originarios del norte de África. Hay que ayudarlos a vivir en armonía con otras comunidades en sus países de acogida. Los artífices de las políticas mediáticas de ambas orillas del Mediterráneo tienen la responsabilidad de apoyarlos en ello. Millones de turistas y decenas de miles de expatriados europeos se desplazan cada año hacia y desde el mundo árabe: deben poder sentirse seguros y disfrutar de su libertad allí donde vayan al sur de las fronteras, tanto si viajan por negocios como por placer. Hasta no hace mucho, las costas meridionales del Mediterráneo eran un ejemplo de hospitalidad antes que de hostilidad. Alejandría fue la mayor ciudad del mundo, y la más cosmopolita, hasta las últimas décadas del siglo XIX. Dicha urbe era un símbolo de libertad global, con hombres y mujeres de todas partes del mundo conviviendo en armonía. Por desgracia, esto ya no es así en lugares como Argel o Casablanca, dado que los extremistas musulmanes han desgarrado el verdadero tejido de una vida social basada en la tolerancia, la diversidad y el respeto por las diferencias. Por su parte, algunos extremistas europeos están desempeñando un papel similar en contra de los árabes y musulmanes en Occidente. Es sabido que los ataques a árabes y musulmanes han aumentado hasta alcanzar niveles sin precedentes desde las explosiones del 11-S en Estados Unidos. Asimismo, no puede completarse el panorama sin añadir las características de la confrontación militar en Irak y Palestina.

La imagen de los árabes y musulmanes en los medios de comunicación occidentales ha sido distorsionada, como también lo ha sido la imagen de los occidentales en los medios árabes debido a la larga historia de políticas coloniales e imperiales de las potencias occidentales en el mundo árabe. En las últimas tres décadas del siglo XX las imágenes de los árabes en los medios de comunicación occidentales no han tenido un carácter objetivo. A partir de la primera crisis del petróleo, en la década de 1970, se retrataba al hombre árabe como un sucio ricachón que había hecho fortuna gracias al petróleo y que vivía una vida estúpida rodeado de su harén. Tras el 11 de septiembre, la imagen que se ha fomentado es la de un terrorista barbudo armado de una pistola o una bomba. Esta imagen es la predominante en las películas y en los programas de televisión occidentales. Aunque algunos medios de comunicación

árabes han presentado una imagen negativa de los políticos occidentales que respaldan los ataques israelíes a los palestinos o la guerra de Irak, se han hecho muy pocas referencias orientadas a pintar una imagen negativa de los hombres o mujeres de Occidente. Las últimas referencias que contenían tal imagen negativa se dieron durante las décadas de liberación e independencia que siguieron a la Segunda Guerra Mundial. Se veía a los hombres o mujeres occidentales como agresores, ocupantes o colonialistas. Tal imagen negativa era el resultado de la ocupación militar y de un prolongado control colonial por parte de las potencias europeas en el sur y el este del Mediterráneo.

También las mujeres árabes han sido víctima de esta representación negativa de las figuras árabes por parte de los medios de comunicación occidentales. Los medios populares, en especial, son responsables de presentar a la mujer árabe como una fémica estúpida cubierta con un velo. La falta de conocimiento de la historia de las mujeres en el mundo árabe y musulmán se ha traducido en la presencia, en los medios de comunicación occidentales, de una serie de ideas superficiales sobre ellas. Hoy, la mujer cubierta con el velo se ha convertido en el símbolo de todas las mujeres del mundo árabe. ¡Grave ofensa! Es cierto que actualmente un creciente número de mujeres musulmanas llevan el *hiyab*, o velo; pero es un error generalizar o convertirlo en un estereotipo. No sólo existe la tendencia occidental a retratar a la mujer árabe como una fémica que lleva *hiyab*, sino que existe también la tendencia musulmana conservadora a tratar de convertir el *hiyab* en parte de la identidad de las mujeres musulmanas. Los publicistas de televisión de Arabia Saudí y de la mayoría de los países árabes del Golfo tienen que presentar en sus anuncios a las mujeres árabes cubiertas con el velo. Más recientemente, se ha puesto de moda en algunos canales de televisión introducir a mujeres cubiertas con el *hiyab* como presentadoras, tal como puede observarse en Al Yazira y en el canal de noticias saudí Ejbariya. Puede decirse que llevar o no *hiyab* es una decisión personal, pero entre bastidores hemos oído hablar de políticas de presiones y recompensas destinadas a fomentar el uso del *hiyab* entre las presentadoras de televisión y las actrices de cine árabes.

Algunas veces la creación de un estereotipo puede responder a la necesidad de simplificar o de presen-

tar una imagen sencilla, pero en la mayoría de los casos ello puede dar como resultado la distorsión de la verdad y la manipulación de las gentes de a pie. Los elementos más peligrosos de cara a la posibilidad de propagar estereotipos son la generalización, la negación de la diversidad y la selectividad. En consecuencia, el estereotipo puede llevar a juzgar sin observar los detalles y a formular juicios erróneos. En el caso de las mujeres árabes, la barrera lingüística, la falta de conocimiento de la historia árabe y el papel de las mujeres en el islam, junto con las inadecuadas reglas empleadas para seleccionar quién aparece en las pantallas de la televisión, están produciendo resultados perjudiciales en las relaciones raciales nacionales y en el diálogo entre culturas. A los productores de informativos y programas de algunas emisoras de radio y televisión les gusta sobre todo presentar historias sensacionalistas o grandes titulares, aun cuando ello se haga a expensas de la verdad. En algunos programas de noticias las visiones extremistas tienen prioridad, mientras que las mentes moderadas pasan a un segundo plano. Recuerdo que en cierta ocasión en que me hicieron una entrevista en el canal Sky News, al expresar mi propia opinión, el presentador del programa apostilló que yo era un «liberal occidentalizado» y no reflejaba la opinión mayoritaria en el mundo árabe. ¡Ese comentario entrañaba un estereotipo de los intelectuales árabes como extremistas antioccidentales!

El estereotipo puede ser tanto físico como mental. Así como en Occidente, en general, se concibe a las mujeres árabes como fémicas cubiertas con un velo, del mismo modo se las ve también como extremistas y antioccidentales. ¡En algunos casos incluso se las retrata como unas oprimidas que aman a sus opresores! Los estereotipos mentales son muy peligrosos, especialmente cuando se basan en ideas estrechas de miras y en datos falsos. Los estereotipos mentales sobre los árabes en los medios de comunicación occidentales incluyen las actitudes contrarias a Occidente, el extremismo y el terrorismo. Tales estereotipos no pueden sino promover un discurso de odio y conflicto en lugar de la tolerancia y el respeto por los demás en las sociedades de Europa, y pueden envenenar las relaciones a través del Mediterráneo.

Una vez más, la necesidad de reformar el modo de vernos mutuamente a través del Mediterráneo

es de índole nacional tanto como internacional. Los estereotipos y las ideas estrechas de miras chocan con la necesidad de mantener unas relaciones raciales sanas en Europa y unas relaciones sanas en todo el Mediterráneo. Uno de los primeros objetivos de cualquier diálogo entre Europa y el mundo árabe es el de hacer frente a los estereotipos en ambas partes. Los medios de comunicación árabes, especialmente los conservadores y ultrarreligiosos, también están empleando estereotipos de los occidentales como enemigos del islam y de los musulmanes de todo el mundo. Pero la influencia de esos medios tiene ciertos límites, y ello por tres razones: la primera es el impacto de los programas de los medios occidentales importados y emitidos por las emisoras de televisión árabes; la segunda es el impacto de la música pop y las canciones occidentales especialmente en la joven generación árabe, y la tercera es la difusión del inglés y el francés en el mundo árabe. Basta preguntarse por el porcentaje de árabes que hablan inglés o francés en comparación con el de europeos que hablan árabe, y la respuesta resulta suficientemente elocuente.

El diálogo entre las culturas mediterráneas iniciado como resultado de la Declaración de Barcelona proporciona una buena y sólida base para una mejor comprensión que pueda limitar el daño causado por los estereotipos. En los últimos años, los miembros del club de Barcelona han logrado firmar

numerosos acuerdos de colaboración bilaterales y multilaterales. Esta nueva colaboración a través del Mediterráneo ha abierto el camino a una relación de cooperación que sustituya a la confrontación.

Los programas de intercambio entre instituciones mediáticas a través del Mediterráneo deberían ayudar a unir a quienes trabajan en los medios de comunicación (periodistas, productores, presentadores, escritores, planificadores, etc.) al norte y al sur de este mar a fin de debatir temas de interés común. La producción conjunta de programas de noticias, reportajes y documentales sobre la importancia de reformar la opinión pública en ambas partes puede asimismo desempeñar un papel constructivo a la hora de comprender la historia y la vida de las gentes del Mediterráneo. Pueden reexaminarse los acontecimientos clave de la historia de los pueblos mediterráneos mediante la producción conjunta de documentales destinados a subrayar la necesidad de paz y de tolerancia. Los programas de intercambio formativo, el hermanamiento de universidades y ciudades, los acontecimientos culturales organizados y las visitas de personalidades de ambas partes pueden ayudar a crear una imagen equilibrada en cada una de ellas. Luchar contra los estereotipos es una responsabilidad común, y puede producir beneficios mutuos y contribuir a promover la paz, la tolerancia y el respeto por los demás. Hay que tomar en serio esa responsabilidad.

Mujeres periodistas y comunicadoras de ambas orillas del Mediterráneo: percepciones mutuas a través de los medios de comunicación

Tona Gusi, Virginia Montañés, Elena Zambelli. Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras – Red Internacional de Periodistas con Visión de Género

Agradecimientos a Patricia Estévez, Jeannette Mauricio, Sonia Ruiz y CIMAC de la Red Internacional, al fotógrafo Muhammad Jaridi y a la FCDP.

Una de las ventajas de las redes profesionales de mujeres es la de poder realizar análisis en los que convergen diferentes perspectivas culturales y realidades políticas, llevados a cabo por las propias mujeres a partir de la puesta en común de sus distintas experiencias profesionales, en este caso como periodistas. En sus encuentros se constata que, hoy por hoy, la visibilidad de las mujeres en los medios de comunicación del Mediterráneo es aún baja, altamente estereotipada, y su tratamiento suele ir siempre vinculado a los aspectos más problemáticos derivados de la inmigración.