

La batalla de los medios en el Mediterráneo

Mejorar el conocimiento mutuo y hacer un periodismo más riguroso que recoja la diversidad de las sociedades mediterráneas, son algunos de los retos de los medios.

Andreu Claret

En una carta enviada por Ayman al-Zawahiri a Abu Musab al-Zarqawi, cuya autoría ha sido avalada por la Agencia Central de Inteligencia, el lugarteniente de Osama Bin Laden sostiene que Al Qaeda debe atender más a la lucha de ideas y a la batalla de los medios de comunicación. La afirmación no tendría mayor interés en cualquier otra circunstancia, pues la información ha constituido siempre un ingrediente de toda estrategia política. Sin embargo, tratándose de un supuesto texto del número dos de Al Qaeda, conviene prestarle cierta atención. Todo indica que al-Zawahiri es mucho más consciente que al-Zarqawi del mundo en el que vivimos y de que toda guerra, la suya también, debe prestar mayor atención a la disputa por la hegemonía en el campo de la información. No parece que sus observaciones vayan destinadas a disminuir el grado de残酷 indiscriminada con el que el jordano actúa en Irak (o en su propio país); se trata de combinar el coche bomba con la iniciativa en los medios de comunicación. No basta con enviar siniestros vídeos de decapitaciones a Al Jazeera; hay que estar presentes en la pugna por ocupar espacios en el, cada vez más, sofisticado sistema mediático árabe. "Estamos en una batalla y más de la mitad de ésta tiene lugar en el campo de batalla de los media", afirma al-Zawahiri en sus recomendaciones estratégicas. Se trata de "una carrera por ganar las mentes y los corazones de nuestra *Umma*", añade.

Es curioso y significativo este acercamiento de uno de los máximos líderes de Al Qaeda a una visión más *gramsciana* de la política. Hay en ello un reconocimiento implícito de los límites de una acción basada exclusivamente en el asesinato de civiles, aunque sea a escala planetaria. Un intento de superar la dimensión nihilista que algunos analistas han utilizado para caracterizar el nuevo terrorismo internacional. Pero hay, sobre todo, una valoración extraordinaria y nueva del papel de los medios de comunicación en el mundo árabe. "Más de la mitad de la batalla" se libra en el campo de los media. Es difícil no coincidir con

al-Zawahiri. En la lucha por ganar los corazones y las mentes de las gentes ha estado siempre la clave de las victorias sostenibles. Algo parecido debía pensar el Congreso de Estados Unidos cuando decidió financiar *Al Hurra*, un canal satélite en árabe que empezó a emitir a principios del 2004, sumándose a *Sawa*, una emisora en árabe promovida también por la administración norteamericana. "Tenemos una misión", reconoce Lindsay Wise, su editor, en una entrevista en Transnational Broadcasting Studies, la de "promover la libertad y la democracia". La competencia es feroz, sobre todo en el campo de las televisiones: Al Jazeera lanzará un canal en inglés a finales de 2005 y la BBC repliará a mediados de 2006 con una emisión íntegramente emitida en árabe.

El nuevo papel de los medios de comunicación

Periodismo o propaganda? La pregunta se planteó en el seminario internacional sobre el papel de los medios de comunicación en el Mediterráneo que organizó el Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed) en puertas de la Cumbre de Barcelona. De todo hay, cuando los medios de comunicación reconocen que se proponen llevar a cabo "una misión". Aunque nunca serán comparables, por supuesto, las misiones que nacen de sistemas democráticos y las que acompañan estrategias basadas en el terror.

Pero con toda su importancia, ésta no es la pregunta esencial cuando se trata de analizar las transformaciones extraordinarias que atraviesan el sistema mediático internacional y el del ámbito euromediterráneo en particular. Estamos ante cambios de gran trascendencia que otorgan a los medios de comunicación una centralidad desconocida hace apenas unos años. En 1995, el fórum civil euromediterráneo abordó también la situación de los media, pero centró sus debates en el análisis de una "realidad dual", marcada por la hegemonía de los medios norteamericanos y la escasa entidad de los medios

Andreu Claret es periodista, director del Instituto Europeo del Mediterráneo, codirector de AFKAR/IDEAS.

Seminario ‘Los medios de comunicación y el Mediterráneo’

El 25 y 26 de noviembre tuvo lugar en Barcelona el seminario “Los medios de comunicación y el Mediterráneo”, organizado por el IEMed, la Comisión Europea y la Fundación Euromediterránea Anna Lindh para el Diálogo entre Culturas. El seminario contó con el apoyo de la Fundación Carolina, el Banco Europeo de Inversiones, Televisió de Catalunya y la colaboración de COPEAM y las agencias de noticias EFE y ANSAMed. Este encuentro puso fin al ciclo “Euromed and the Media”, organizado por la Comisión, con el objetivo de analizar el papel de los medios de comunicación en las relaciones euromediterráneas, cuyas anteriores ediciones tuvieron lugar en el Mar Muerto (Jordania, 26-28 de septiembre) y Marsella (17 y 18 de octubre).

El encuentro contó con la participación de más de 200 personas procedentes de 35 países, entre editores de medios de comunicación, periodistas y expertos. Se pretendía ofrecer nuevas ideas y propuestas para reforzar la cooperación entre los distintos actores involucrados en la comunicación euromediterránea, dando así a los medios de comunicación el papel central que merecen en el diálogo euromediterráneo.

En la inauguración del seminario destacó la presencia de Frances Guy, representante de la presidencia británica de la Unión Europea, y de la comisaria europea de Relaciones Exteriores, Benita Ferrero-Waldner, que reclamó un papel más activo y comprometido de los medios de comunicación para tender puentes entre países y culturas. Por su parte, Federico Mayor Zaragoza, copresidente del Grupo de Alto Nivel para la Alianza de Civilizaciones, centró su intervención en la relación entre los medios de comunicación y el diálogo intercultural euromediterráneo, y destacó la responsabilidad de los medios para “preparar la paz” y su papel a la hora de establecer unas relaciones Norte - Sur basadas en el respeto entre iguales.

Las seis sesiones plenarias del seminario abordaron los desafíos que debe afrontar la información euromediterránea. El reto de la complejidad se trató a lo largo de la primera sesión, relativa a la información posterior al 11 de septiembre de 2001. Contó con la participación del ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, Miguel Ángel Moratinos, quien hizo un llamamiento a la responsabilidad de los medios de comunicación, lamentando el exceso de estereotipos. Las sesiones posteriores analizaron el reto de la información sobre sociedades, culturas y religiones, es decir, la información sobre “el otro”; el reto de la realidad, representado por la dificultad que supone la información sobre la economía árabe y la dificultad para elaborar una agenda informativa que no se centre en el terrorismo, la violencia o la religión; el reto de la diversidad, centrada en las migraciones; el reto de la identidad, analizando el papel de la televisión por satélite en el mundo árabe; y el reto de la visibilidad, que abordó la cuestión de la visibilidad del partenariado euromediterráneo y la necesidad de implicar a la sociedad civil.

Los participantes del seminario tuvieron la oportunidad de asistir a la conferencia del secretario general de la Liga Árabe, en la que alabó la propuesta de la Alianza de Civilizaciones y su papel a la hora de mejorar las relaciones entre las dos cuencas del Mediterráneo. Después, se celebraron cuatro talleres paralelos que trataron cuestiones de modo más práctico: la blogosfera y los medios de comunicación emergentes; los proyectos transfronterizos; el reto de la libertad de expresión; y la formación en los medios de comunicación y la cooperación.

De las conclusiones destaca el compromiso por parte de la UE de impulsar iniciativas para fomentar la libertad de expresión y la pluralidad informativa en los países del sur del Mediterráneo. Tanto Ferrero-Waldner como Christian Leffler, director para Oriente Medio y Sur del Mediterráneo de la Comisión Europea, afirmaron la voluntad de la UE de ofrecer contrapartidas y ayudas a los países que introduzcan cambios legislativos para garantizar la libertad de expresión. También destaca la propuesta de creación de un Centro Euromed que, con sede en Bruselas, facilite datos concretos sobre los proyectos impulsados en las conferencias euromediterráneas. Además se propuso la creación de redes y *lobbies* de periodistas y de programas de intercambio y movilidad. Para dar continuidad al ciclo “Euromed and the Media” se propuso la creación de un *Focus group* de reflexión, capaz de elaborar propuestas puntuales.

Elyzabeth Dalmau y Mariona Rico-IEMed

del Sur, en particular los árabes. Ni una palabra de Internet (todavía un medio reservado al mundo universitario, además del militar con 16 millones de personas conectadas frente a los 957 millones actuales), nada sobre los canales árabes por satélite que no surgen hasta 1996, cuando Al Jazeera inició sus emisiones (aunque no consiguió su reconocimiento internacional hasta después de los atentados del 11 de septiembre de 2001), y nada por supuesto sobre los blogs y la explosión de la comunicación digital. Todo quedó en la necesidad de una cooperación Norte/Sur de corte tradicional. En la Declaración de Barcelona hubo sólo una referencia vaga a los medios en el capítulo cultural.

Diez años más tarde, se ha extendido la conciencia de que los media constituyen una gran oportunidad. De que hay que reflexionar sobre desafíos que son comunes a los periodistas de ambas riberas y de que se trata, sobre todo, de dotar al sistema existente de códigos profesionales y contenidos homologables, capaces de contribuir al pluralismo y al diálogo. Siga habiendo problemas característicos del subdesarrollo (la brecha digital; los niveles de alfabetización) y restricciones clamorosas a la libertad de expresión y creación libre de medios de comunicación, el reto esencial es cómo activar el sistema vigente a favor de un periodismo más riguroso, capaz de recoger la diversidad de las sociedades mediterráneas.

El Seminario “Los medios de comunicación y el Mediterráneo” ha permitido constatar que existe cierta conciencia sobre la necesidad de colocar los medios de comunicación en el centro del partenariado. El que formase parte de una trilogía de encuentros patrocinada por la Comisión Europea (Mar Muerto, Marsella y Barcelona) indica que hay una voluntad de trabajar en este capítulo con cierta ambición, y no sólo desde la retórica de la cooperación Norte/Sur. Hay un terreno fértil para intercambios que mejoren el conocimiento mutuo, para establecer relaciones entre medios y no sólo entre periodistas; hay necesidades identificadas en materia de formación profesional y hay, sobre todo, desafíos comunes en un contexto político y cultural cada vez más complejo y marcado por la creciente diversidad de las sociedades mediterráneas. El Seminario de Barcelona fue el último de una trilogía fecunda. Debería ser también el inicio de una acción más sostenida en el campo de los medios de comunicación. Para que los partidarios del diálogo puedan ganarle también la partida, en el campo de los medios, a al-Zawahiri. ■