

Quan el mitjà és el missatge

- Al triar la cadena Al-Arabia per dirigir-se als àrabs, Obama va mostrar la seva voluntat d'acostar-s'hi

ALFONSO S. PALOMARES, periodista

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, 12.02.09

Quan Barack Obama va escollir el canal televisiu Al-Arabia per dirigir-se al món àrab inaugurava una forma nova, gairebé una nova era, en els processos verbals dels mandatariis occidentals amb àrabs i musulmans. Poques vegades l'afirmació de Marshall McLuhan segons la qual el mitjà és el missatge havia estat tan encertada com en aquesta ocasió. El simple fet de posar-se davant els micròfons i davant les càmeres d'Al-Arabia era una forma de dir als televidents que volia anar al seu terreny perquè l'escoltessin des de la proximitat. Els mitjans, i en concret Al-Arabia, no només transmeten notícies, sinó que traslladen missatges amb una enorme càrrega simbòlica. En aquesta ocasió, la presència d'Obama responent a les preguntes de Hishan Melhem, periodista de reconegut prestigi, va ser un diccionari de simbolismes. Per entendre-ho, hem de fer una breu ullada a la història de la comunicació en el món àrab i al significat de les seves dues grans cadenes de televisió per satèl·lit.

ALS ANYS 70, impulsat pel grup de països no alineats, es va instal·lar amb gran força el debat sobre el desordre mundial de la informació. S'aixecava acta d'una realitat objectiva: la del colonialisme informatiu. Els països del Nord explicaven als del Sud la història quotidiana del món. Els majoristes de la informació eren les grans agències que traslladaven d'un lloc a l'altre les notícies segons els seus criteris. I el criteri de valoració de les notícies es feia segons els mòduls culturals d'Occident. En concret, al món àrab no hi havia ni un sol mitjà capaç d'explicar la

història quotidiana als àrabs des d'una òptica àrab. És veritat que els grans diaris, com l'egipci Al Haram, tenien corresponsals, però es limitaven a enviar a aquest mitjà informació molt concreta. L'agència oficial egípcia MENA, la marroquina MAP, la líbia Jana o la SPA, de l'Aràbia Saudita, se circumscrivien a serveis nacionals amb escasses corresponsalies internacionals i fèrriament controlades pels poders polítics de cada país. No hi havia ni un sol mitjà capaç d'articular la informació interàrab, i menys encara d'exportar les informacions àrabs cap al món o de distribuir les notícies mundials als seus mitjans. Aquests països vivien en el colonialisme informatiu i, la majoria, amb unes grans traves i censures internes.

EL 1996 ES va produir la gran revolució a l'aparèixer en el paisatge mediàtic l'emissora de televisió per satèl·lit Al-Jazira, finançada per la família reial de Qatar. L'emissora qatariana tenia el so de la independència i l'aire fresc de la llibertat. Va començar a transmetre les notícies del món àrab vistes amb els ulls de la cultura àrab i des dels interessos àrabs. Una CNN al revés. A més a més, amb aquests mateixos ulls àrabs li explicava a aquella cultura i a aquells pobles les notícies mundials. Els efectes van ser verdaderament pertorbadors, i van sembrar una curiositat sorpresa tant a Orient com a Occident. Als cafès del Caire, Casablanca o Jidda no es parlava de res més. Les seves informacions i opinions es van projectar com una consciència crítica sense fronteres. Se'ls va acusar, en algunes ocasions, d'estar al servei d'Ussama bin Laden, però sempre es van oposar als mètodes terroristes, encara que oferissin, per primera vegada i en exclusiva, la veu i la cara canviada de l'ideòleg de la violència islamista. Per a la cort i el Govern de Riad van ser un autèntic malson. Els saudites van pressionar els xeics qatarians

perquè posessin fre a la maleïda emissora. Va ser inútil, perquè els xeics van considerar que la cadena era el capital més important de Qatar.

La cort saudita va decidir llavors contraatacar finançant una nova televisió per satèl·lit i va tenir l'encert de situar-la a Dubai. Així va néixer Al-Arabia. Contra el que es podia pensar per les seves arrels, Al-Arabia va anar guanyant credibilitat en sectors molt amplis del món islàmic i, per descomptat, en l'àrab. L'obstinació del seu president, Sallah al-Kallah, va ser convertir-la en la veu dels àrabs moderats, però orgullosos del seu arabisme i compromesos amb la causa de l'islam. Els gestors de l'emissora han definit el seu perfil editorial amb aquesta frase: "Bin Laden és, per a nosaltres, tan enemic dels musulmans com d'Occident". Dues paraules poden definir les diferències entre Al-Jazira i Al-Arabia. Als cadàvers de Gaza, Al-Jazira els diu "màrtirs"; Al-Arabia, "víctimes". Sens dubte és una de les cadenes amb més audiència i prestigi del món àrab.

TENINT EN compte que el mitjà és el missatge, penso que era el mitjà adequat perquè Obama digués als musulmans que no som els seus enemics, que vol escoltar i convèncer, que les idees d'Al-Qaida estan en bancarrota, que allargui la mà als que obren el puny, que George Mitchell, d'origen àrab, és l'home adequat per buscar acords de pau entre israelians i palestins, però sense oblidar en aquest marc Síria, l'Iran, l'Afganistan, el Líban i el Pakistan. Els parlava buscant la seva complicitat, perquè té arrels en aquest món: el seu pare era musulmà, compta amb amics musulmans, va viure al país musulmà més gran i per això buscarà derrocar els murs d'odi que ens separen. És un nou llenguatge, són paraules noves i per això esperem que amb aquestes paraules construïm un món diferent.