



Medios de comunicación e interculturalidad

Miquel Rodrigo Alsina, Catedrático de Teorías de la Comunicación. Universidad Pompeu Fabra

La diversidad cultural, ese *continuum* de las diferencias, representa en la actualidad uno de los ejes más potentes para la evolución del pensamiento patrimonial. En su faceta de la inmaterialidad, de la intangibilidad -en algún sentido de lo incorpóreo y lo casi espiritual-, la reflexión sobre patrimonio se despliega cada vez más liberada de paternalismos, homogeneidades, esencialismos... La interculturalidad nos propone miradas nuevas sobre fenómenos pasados y actuales, sobre intercambio y enriquecimiento permanente de las identidades. Y aquí, paralelamente, los medios de comunicación, por medio de su producción simbólica, van creando representaciones que nos inculcan valores, normas de comportamiento; llevan a cabo procesos de creación identitaria. Todo tipo de información instituye un "espacio mental" y un "espacio sentimental", que son el anverso y el reverso de una misma construcción cultural: la que nos une y la que nos separa de los demás. El avance del pensamiento patrimonial pasa por un cambio de mentalidad en la sociedad.

Communication Media and Interculturality

Cultural diversity, that continuum of differences, nowadays represents one of the most powerful axes of the evolution of heritage-related thought. In its dimension of immateriality, intangibility - in a sense akin to that of disembodied, almost spiritual - the reflection on heritage develops along a path which is increasingly free of paternalism, homogeneity, essentialism... Interculturality proposes new insights into past and current events, into the permanent interchange and enrichment of identities. And it is here that, in parallel, communication media, through symbolic production, create representations which instill values and norms of behaviour. They trigger processes of identity construction. All kinds of information posit a "mind space", and an "emotional space", which are the heads and tails of the same cultural construction: the one which unites us and separates us from the others. The way forward goes through changing society's mind.

En esta modernidad líquida que nos ha tocado vivir tenemos que aprender, en palabras de Bauman (2006: 155-169), a caminar sobre arenas movedizas. La realidad social, tecnológica, cultural, política, etc. es tan cambiante que las dificultades para adaptarse a los cambios parecen ser cada vez mayores, a menos que se produzca un cambio de actitud ante los nuevos retos. La interculturalidad es uno de estos retos que el siglo XXI nos plantea. Los medios de comunicación, que son los nervios de las sociedades modernas, no son ajenos a este reto. El dilema es si seremos capaces de estar a la altura del envite.

¿Qué es interculturalidad?

Si aceptamos que la interculturalidad significa la relación entre personas de distintas culturas quizás habría que profundizar algo más en los dos aspectos sustanciales de esta definición. En primer lugar, habría que aclarar cómo se establece la diferenciación cultural entre las personas. En segundo lugar, una vez aceptada la pertenencia a culturas distintas habría que dilucidar el tipo de relación que propicia la interculturalidad. El tema de la diversidad cultural hay que abordarlo planteando la diferenciación cultural como un *continuum*, que va desde las culturas con las que se tienen más afinidades -y las diferencias son menos importantes que las semejanzas, sin llegar a ser la misma identidad cultural- a las culturas más alejadas de los patrones de la cultura de la que se parte. Es bastante claro que hay una cierta sintonía entre la cultura española y las culturas latinoamericanas, mientras que es mucho más difícil que la haya con la cultura coreana, por ejemplo. Sin embargo, todo esto se vuelve todavía más complejo cuando estas afinidades se van desmenuzando en aspectos concretos. Por ejemplo, el castellano como lengua común de distintas culturas las acerca, pero si nos fijamos en otras variables culturales como pueden ser la religión, el género, etc. quizás empecemos a ver diversidad cultural. Así los sentimientos de pertenencia pueden ser variables y a medida que más rasgos culturales son compartidos es más difícil establecer diferencias culturales, aunque siempre pueden buscarse diferencias incluso, por ejemplo, entre un cordobés y un sevillano. A nivel ontogénético, la construcción identitaria de cada persona dependerá de su propia biografía personal (Rodrigo, 2003). Para intentar concretar algo más el tema de la diferenciación cultural en las relaciones interpersonales podríamos considerar que se da una relación intercultural cuando hay una atribución al interlocutor de una identidad cultural distinta, a partir de asumir que determinados referentes culturales, significativos para

nuestro grupo cultural, no son compartidos. Pensemos que en el momento que no incluimos a nuestro interlocutor en el “nosotros” al hablar de nuestra cultura, ya hemos establecido la diferenciación.

El siguiente elemento que deberíamos plantearnos es qué tipo de relación es una relación intercultural. En primer lugar, deberíamos decir que, en sentido lato, interculturalidad se ha producido desde los inicios de la humanidad. Personas de distintas culturas se han ido relacionando a lo largo de la historia, como recogen, con mayor o menor claridad, las distintas historias oficiales nacionales. Es fácil aceptar que los choques civilizatorios forman parte de la historia de la humanidad. Aunque también hay que recordar que los contactos entre distintos grupos culturales no siempre han estado revestidos de sangre, dolor y opresión. Empero, no es hasta mediados del siglo XX que se empieza a hablar de interculturalidad. La comunicación intercultural, como objeto de estudio y como disciplina, nace en un momento histórico determinado (Rodrigo, 1996) gracias, como siempre pasa en la historia, a una serie de circunstancias favorecedoras y a la necesidad de su existencia. La comunicación intercultural, al ser una disciplina tan reciente, todavía está en fase de consolidación (Rodrigo, 1999). Pero, en mi opinión, ya se apuntan algunas de las características de lo que puede aportar la interculturalidad.

Lo más importante de la interculturalidad es que supone una mirada distinta a las relaciones entre personas de distintas culturas. La interculturalidad nos propone una mirada nueva (Rodrigo, 2006) sobre fenómenos pasados y actuales. Así, nos obliga a repensar muchas realidades históricas que no merecieron, en su momento, ser analizadas o que fueron estudiadas desde el etnocentrismo. A lo largo de la historia muchos grupos culturales no han podido hacer escuchar su voz. Habitualmente, los vencedores han escrito la historia (*Vae victis*, ay de los vencidos), pero la interculturalidad nos propone oír nuevas voces antiguas y/o silenciadas.

La interculturalidad es un concepto relacional y, como tal, puede servir para establecer puentes entre culturas, disciplinas y teorías, porque la interculturalidad es una mirada que se sabe mirada -en todos los sentidos (como sustantivo y como participio)- y, al mismo tiempo, busca el cruce de miradas con otras culturas, disciplinas y teorías. En este sentido puede ser una forma interesante de aproximarnos a la epistemología y un motor heurístico para revisar las disciplinas. La interculturalidad nos puede ayudar a releer a las teorías clásicas y a replantearnos for-

mas de pensamiento que pensábamos indiscutibles. Puede ser un buen instrumento para repensar, para cuestionar, para generar dudas...

La interculturalidad es una de las miradas más interesantes para estudiar uno de los temas fundamentales del siglo XXI: las dinámicas identitarias. La interculturalidad no sólo reconoce la identidad ajena sino que es una mirada que implica el re-conocimiento de la propia identidad. La interculturalidad puede aportar instrumentos de análisis y de actuación para arrostrar uno de los “problemas” (tal y como lo definen y transmiten gran parte de los *mass media*, y como lo percibe y comunica gran parte de la población) más acuciantes de la España actual: la inmigración.

Por último, a partir de la interculturalidad se pueden leer los discursos de los medios de comunicación de una manera distinta y, al mismo tiempo, ser más conscientes de que los medios son leídos de formas distintas. La interculturalidad, sin ocultar el fenómeno del imperialismo cultural, también se reconoce en la globalización a través de las apropiaciones que los públicos hacen de los discursos mediáticos.

Todo esto son las potencialidades de la interculturalidad, pero hay que reconocer que la realidad, en muchas ocasiones, es bien distinta. Así el racismo cultural, los esencialismos identitarios, los miedos a la alteridad, el etnocentrismo, etc. campan, de forma más o menos sutil, en múltiples discursos públicos, y también en los medios de comunicación.

La interculturalidad en los medios de comunicación

Los medios de comunicación, por medio de su producción simbólica, crean representaciones que transmiten valores, identidades, normas de comportamiento, etc. Por mi parte me referiré a los discursos informativos, pero no hay que olvidar que estas representaciones también se dan en la publicidad y en el entretenimiento. Hay que reconocer, por otro lado, que es en el ámbito del periodismo donde hay una mayor preocupación por el tratamiento de los aspectos multiculturales e interculturales de sus relatos.

Los periodistas son intérpretes del acontecer social y, describiendo los acontecimientos, construyen representaciones de la realidad social y cultural a la que se refie-



De Indonesia. Sausesschrift



SABC News. Rogiro



Minorías. Masaki Watanabi



Iguales, diferentes. Sheila Steele



Cochin. Programa de televisión Arsenal Atlas. Manuel Huerga

ren. Pero no siempre se puede pedir a los medios de comunicación una complejidad y una sutileza que su propio modo de producción narrativo dificulta. Por ello, anteriormente, ya he postulado complementar las recomendaciones a los medios de comunicación con una formación de lectores críticos (Rodrigo, 2002). Sin entrar en el tema del lector crítico, sí que hay que señalar que los lectores tienen que ser conscientes del tipo de narración que producen los medios de comunicación. Un elemento muy determinante en el trabajo periodístico es el tiempo de producción informativo. Los periodistas, como es sabido, trabajan a contrarreloj. Pero no sólo esto, además suelen estar poco tiempo en los lugares o, si tienen una permanencia más estable, abarcan grandes espacios. Así, los periódicos abarcan áreas geográficas enormes, incluso continentes, con un solo corresponsal ¿Cómo puede un corresponsal, con un mínimo de fiabilidad, cubrir toda Latinoamérica?

Otro elemento que condiciona el trabajo de los periodistas es que suelen tener frecuentes contactos, en primer lugar, con su empresa periodística y, en segundo lugar, con otros periodistas que cubren los mismos acontecimientos. Es cierto que hay una competencia entre los distintos periodistas, pero también hay cooperación. Además, el periodista recibe, en relación con su producción interpretativa de la realidad, una respuesta bastante rápida, por un lado, de sus superiores y colegas y, por otro, de la audiencia. Esto le permite ir ajustando su trabajo a las expectativas de ellos. Es decir, el periodista al hacer determinadas informaciones debe plantearse si aquello interesa a sus lectores y si sus superiores compartirán

con él sus criterios de noticiabilidad del acontecimiento. También, como señala Hannerz (1996: 194-195), “El periodismo, a menudo y por razones prácticas, se ve forzado a no entrar en sutilezas. Sencillamente, no se puede hacer mucho con sólo tres columnas en el periódico o treinta segundos en la televisión. Y también tiene que ver, las más de las veces, el hecho de que el corresponsal esté en el conflicto. En este contexto, las personas, sobre todo la gente corriente, se nos muestran en una sola dimensión, la de las víctimas. Los han matado o los han herido, han perdido sus bienes y huyen del peligro. Para captar esto no hace falta ser muy experto en cultura, sólo se necesita un poco de compasión”. Es decir, ¿cómo puede el periodista extenderse, ante el sufrimiento de las víctimas, en explicaciones culturales, además con el espacio o tiempo limitado que tiene para dar la información? Por otro lado, ¿qué tipo de noticias son las que el periodista sabe, por su experiencia, que serán más fácilmente publicables porque cumplen las expectativas de sus superiores, que no conocen de primera mano la realidad que él describe?

Por último, otro elemento que explica el trabajo periodístico es su destinatario. Cuando reciben el material informativo, los medios de comunicación -para hacer los acontecimientos comprensibles- lo adaptan a los patrones culturales de su audiencia. A pesar de que puedan existir distintas comunidades interpretativas en una cultura, los medios suelen aproximarse a la interpretación hegemónica o, al menos, fácilmente consensuable. Pero no sólo esto, además los medios de comunicación establecen un horizonte espacial cogni-



Delhi. Programa de televisión Arsenal Atlas. Manuel Huerca

tivo y emotivo por el que se establecen unas fronteras que marcan los límites entre el “nosotros” y el “ellos”. Es decir, los medios de comunicación llevan a cabo procesos de construcción identitaria. Sólo hay que dar una ojeada a los periódicos de distintos países para apreciar que tienen un diferente horizonte espacial cognitivo y emotivo. Todo tipo de información se hace a partir de una perspectiva determinada. Así, se instituye un “espacio mental” y un “espacio sentimental” (Rodrigo, 1992), que son el anverso y el reverso de una misma construcción cultural. El “espacio mental” establecerá la frontera que nos separará de “los otros”, dará por sentado o racionalizará el sentido de pertenencia. El “espacio mental” establecerá la *mismidad* o identidad y la *otredad* o alteridad, mientras que el “espacio sentimental” llenará esta *mismidad* y *otredad* de valores. Así, por ejemplo, el “espacio sentimental” establecerá los límites de mi afiliación emocional y de mis procesos de identificación simbólica. Evidentemente, este establecimiento de la identidad/alteridad se hace, inevitablemente, desde un punto de vista etnocéntrico. Este etnocentrismo, que se puede apreciar en el lenguaje, forma parte del punto de vista que se adopta y del destinatario construido en la narración. La construcción de este “espacio mental” se hace necesaria ya que se narran los acontecimientos a un destinatario modelo determinado. Quizás el mayor problema se puede plantear precisamente en la construcción del “espacio sentimental”. Es decir, cuál es el contenido emotivo y simbólico de la identidad construida. Aquí es donde empieza a ser necesaria una actitud responsable de los medios de comunicación. Sin

embargo, lo que querría apuntar es que para los periodistas no siempre es fácil construir una alteridad exenta de connotaciones negativas. Pensemos que, de forma más o menos explícita, en muchas ocasiones en el imaginario cultural “el otro” es construido como un ser incompleto. De alguna manera, el diferente se nos muestra como un ser deficiente. Por ejemplo, en ocasiones, detrás del adjetivo “étnico” uno tiene la sospecha de que se está construyendo la dicotomía etnocéntrica: normales *versus* étnicos. Es decir, los demás son los étnicos mientras nuestro propio grupo es el normal o, mejor dicho, el que establece la norma de todas las cosas. Por esto cuando se dice que alguien es diferente se suele olvidar en relación a qué se es diferente. Así implícitamente, por defecto, se construye una “normalidad” desde la que se interpreta. No caer en la trampa de cierto etnocentrismo es uno de los retos principales del periodismo actual, para ser mucho más respetuoso con las otras culturas.

Seis acciones y una propuesta

Para finalizar mi texto quisiera recoger una serie de acciones a corto plazo y una propuesta a largo plazo.

Las acciones hacen referencia a cómo se podría mejorar la calidad de la producción periodística al tratar la alteridad. Las acciones que recojo son un manual, de 1998, de la Comisión de Medios y Xenofobia del Colegio de Periodistas de Cataluña y que puede encontrarse en la web del Consell de l' Audiovisual de Catalunya (2002: 68-70). La finalidad de dicho manual es “contribuir a una sociedad más abierta y solidaria. Es una herramienta de trabajo abierta a nuevas aportaciones y su éxito depende de la actitud decidida de los profesionales de la comunicación contra el racismo y la xenofobia”. No voy a valorar el contenido del manual detalladamente. Para un comentario más detallado del mismo puede consultarse el artículo de Giró (2002). Por mi parte, simplemente recogeré y comentaré los elementos más interesantes de las recomendaciones que proponen:

1. No se debe incluir el grupo étnico, el color de la piel, el país de origen, la religión o la cultura si no es estrictamente necesario para la comprensión global de la noticia.

Pongamos un ejemplo que se comenta por sí mismo. Se trata del siguiente titular de la sección de sucesos del diario *ABC* (21/XI/1995: 91): “Una mujer negra

asesina a otra, blanca, para extraerle el feto y... así, tener un hijo". En esta noticia se informaba del crimen de una persona perturbada mental, en el que el color de la piel era irrelevante. Seguramente el ejemplo reseñado es un caso extremo y en otros casos es más difícil señalar cuándo es necesario o no recoger las características étnicas para la mejor comprensión de la noticia. Van Dijk (1991:255) propone el siguiente sistema para saber si hay que mencionar la raza. Uno debe contestarse la siguiente pregunta: "¿Mencionaría usted la raza si la persona fuera blanca?". Hay que reconocer que hay casos que merecerían una amplia discusión sobre la pertinencia de introducir estos datos y los periodistas, como ya hemos visto anteriormente, no pueden dedicar excesivo tiempo a cada pieza informativa. Sin embargo, en mi opinión simplemente si se corrigieran los casos más flagrantes, como el primer ejemplo mencionado, ya sería un avance importante.

2. Hay que evitar las generalizaciones, los maniqueísmos y la simplificación de las informaciones. Los residentes extranjeros no comunitarios son tan poco homogéneos como los autóctonos.

En ocasiones en la prensa española se da un tratamiento simplificador, homogeneizador y criminalizador de ciertas minorías étnicas inmigradas. Esta discriminación lleva a denominar como "los ilegales" a aquellos inmigrantes que no tienen permiso de residencia. Piénsese que con esta sustantivación del adjetivo "ilegal", lo que hace es atribuir la ilegalidad a un caso determinado. Además, las personas nunca pueden ser ilegales, lo que puede serlo es una determinada conducta. Cuando se sustantiva una conducta ilegal no se está simplemente determinando una acción sino que se reifica el ser de un colectivo. Es precisamente la identidad de este colectivo, que por otro lado es muy dispar, lo que se define. O, mejor dicho, se superpone a su identidad otra identidad que la sobredetermina, la de ser "ilegales". En el *Diccionario del español actual*, de Seco, Andrés y Ramos (1999), se recoge en la voz "ilegal" un solo caso de sustantivación del adjetivo con el significado de "Inmigrante que ha entrado en un país de forma ilegal". Ni tan siquiera en la tercera acepción que recoge este mismo diccionario se da dicha sustantivación, aunque se refiere al "Individuo o grupo terrorista fichado por la policía" ¿Por qué sólo los inmigrantes indocumentados son "los ilegales"? Cuando, de acuerdo con la legislación española, lo que han cometido es simplemente una falta administrativa ¿Qué imagen de sí mismo puede tener un colec-

tivo cuando los medios de comunicación de la sociedad receptora los denomina "los ilegales"? Quizás, en lugar de inmigrantes ilegales sería mejor hablar de inmigrantes ilegalizados. Puesto a hacer puntualizaciones, ¿por qué se habla de "inmigrantes" y no de "inmigrados"? Si inmigrante es aquel que llega a un país que no es el propio para establecerse en él, ¿cuánto dura esta acción de llegar? ¿Después de un año todavía se está llegando o al cabo de pocas semanas uno ya se ha establecido? Con la palabra "inmigrante" se transmite el subtexto de que su condición de recién llegado jamás finaliza. Incluso, como una especie de código genético, esta condición se transmite a las generaciones venideras. Así se habla de inmigrantes de segunda o tercera generación, cuando en realidad estas personas no se han trasladado jamás y, si es que fuera necesario identificarlas de alguna manera, serían españolas y andaluzas de primera o segunda generación, respectivamente. Una persona que ha inmigrado es más un "inmigrado" que un "inmigrante", porque la acción de inmigrar ya ha concluido.

3. No se han de potenciar las informaciones negativas ni las sensacionalistas. Hay que evitar crear inútilmente conflictos y dramatizarlos. Se ha de potenciar la búsqueda de noticias positivas.

Veamos un ejemplo bastante claro de un titular que peca de sensacionalismo y de dramatización, aunque sea cierto. Se trata de una información sobre un estudio sociológico de la población carcelaria extranjera en Lleida. Aunque una de las conclusiones a las que llega el sociólogo, autor de la investigación y que recoge la información, es que "el delincuente se hace, no nace", el titular es "El extranjero preso en Lleida es negro y traficante, o magrebí ladrón o violador" (*Segre*, 3/XI/1996: 39). Seguramente nos encontramos ante un titular impactante, pero no es el más feliz.

Como es frecuente que determinada alteridad se asocie, en las informaciones periodísticas, al conflicto y a la negatividad, se propone, por ejemplo, que se destaque la riqueza que aporta la inmigración. *El País* (16/XI/2006: 77) titulaba, a cuatro columnas, en su primera página de economía: "La inmigración ha elevado 623 euros la renta por habitante en cinco años". En este intento de positivizar a determinados colectivos se puede llegar a aplicar la discriminación positiva y así entrar en contradicción, por ejemplo, con la primera propuesta de este manual. Veamos el siguiente ejemplo de un titular de *El País* (31/V/2005: 31): "Dos magre-



Viéndose representados. Serie Zapatismo y derecho a la información. Adolfo López

bíes salvan en Manlleu a cinco personas que cayeron al canal”. Seguramente, podríamos acordar que el hecho de que los salvadores sean magrebíes no es significativo para la información.

4. Ecuanimidad en las fuentes de información. Hay que contrastar las institucionales y se deben potenciar las propias de las minorías étnicas, poniendo especial cuidado en las informaciones referidas a los países de origen. Publicar las rectificaciones como elementos habituales de calidad del medio informativo.

Como es bien sabido, las fuentes periodísticas son fundamentales para el trabajo del periodista (Rodrigo, 2005: 181-197). El hecho de que las fuentes sean fácilmente accesibles y proporcionen información útil al periodista hace que determinadas fuentes sean mucho más consultadas que otras. Esto lleva a una institucionalización de determinadas fuentes que son actores sociales que tienen una especie de derecho de acceso semiautomático a los medios de comunicación, mientras que a otros actores sociales les es mucho más difícil que su punto de vista aparezca en los medios. Precisamente por ello, el Col.legi de Periodistas de Cata-

lunya (2003), a través de su Comisión de Periodismo Solidario, ha publicado una *Agenda de la Multiculturalitat de Barcelona*. Esta agenda pretende ser un instrumento que facilite el acceso a las fuentes periodísticas. Así se recogen las referencias, direcciones, teléfonos, mails, etc. de administraciones públicas y entidades no gubernamentales, de asociaciones de personas inmigradas, de asociaciones del pueblo gitano y de expertos/as y comunicadoras/es.

En unas muy recientes jornadas, la Mesa de la Diversidad en el Audiovisual del Consell de l' Audiovisual de Catalunya presentó el manual “La multiculturalidad, fuente de información. Manual de aproximación a los medios”, que se publicará en 7 lenguas (catalán, castellano, francés, inglés, árabe, chino y urdu). Aunque a fecha de la consulta realizada -consulta: 17/11/2006- sólo está disponible en catalán, en www.cac.cat/actualitat/manual_apropament_mitjans.pdf. Con este manual se pretende facilitar a las personas y asociaciones de inmigrantes convertirse en una fuente fiable y útil para los periodistas. Como puede apreciarse, si la Agenda iba dirigida a los periodistas, este Manual va dirigido a los inmigrantes.

Pero en ambos casos se busca el mismo objetivo: dar voz a aquellos que no siempre tienen la posibilidad de dar su versión de los acontecimientos.

5. Responsabilidad de los profesionales del periodismo. La importancia de la ubicación física de la información. El “efecto dominó”. Utilización de material gráfico.

La relación co-textual de las noticias es importante. No es lo mismo que una información aparezca en las páginas de política, sucesos, sociedad, etc. Las secciones, en que los distintos medios organizan la realidad informativa, vienen a proponernos una interpretación predeterminada de las noticias que enmarcan. Pero no sólo esto, las noticias que coexisten en un mismo espacio dan lugar a lecturas co-textuales. Es decir, un texto se lee relacionándolo con el otro. Por ejemplo, el diario *El País* del 19 de febrero de 1990 tiene en su página 28 un reportaje sobre los traficantes y heroínómanos que intentan escapar de la presión policial en el barrio de El Raval de Barcelona, mientras que en su página 29 hay una noticia titulada “Los africanos del Maresme piden que cambie la ley de Extranjería al festejar la libertad de Mandela”. Es difícil no hacer una lectura conjunta de las dos noticias ya que en una primera ojeada al material gráfico muestra, en la foto que acompaña el reportaje de El Raval, unas personas de piel negra siendo arrestadas por la policía. El pie de foto es claro “Los policías reducen a un africano que se resiste a que le extraigan de la boca una papelina de droga”. Mientras que la foto de la noticia, sobre la petición del cambio de la ley de Extranjería, muestra a tres personas de piel negra sentados en una mesa mostrando su alegría con sonrisas. El correspondiente pie de foto es “Un aspecto del homenaje a Nelson Mandela celebrado ayer en Mataró”. Además si leemos el reportaje de la página 28 las conexiones se vuelven todavía más explícitas. Veamos dos fragmentos muy claros: “Los traficantes son en su mayoría ex temporeros del Maresme que, cansados de cobrar sueldos de miseria plantando claveles, han sido capturados para vender droga (...) Uno de los policías increpa al africano sobre la procedencia de la cazadora de piel que viste: ‘¡Seguro que las 100.000 ptas. que vale las has sacado pasando drogas, desgraciado!’ ‘Trabajo en Mataró y gano 60.000 pesetas a la semana plantando claveles’, replica el otro...”.

El efecto dominó consiste en una sucesión encadenada de acontecimientos derivada de un hecho inicial. A veces hay un contagio a partir de una información negativa

sobre un grupo étnico determinado o un colectivo que afecta a otras noticias sobre estos mismos grupos, que no son necesariamente negativas.

6. Militancia periodística: hacia una multi-interculturalidad enriquecedora para todos. La potenciación de las informaciones en positivo.

Por mi parte no voy a abundar en esta postura un tanto voluntarista. Pienso que lo que se puede pedir a los periodistas es una buena aptitud y actitud. Una buena aptitud implica el mejorar permanentemente su formación profesional. La realidad es cada día más compleja y necesita de profesionales mejor preparados; éste es el reto. Pero también es necesaria una buena actitud, de interés y respeto, hacia la realidad interpretada. Aunque quisiera señalar, como ya he apuntado anteriormente, que el trabajo que debe realizarse no sólo corresponde a los periodistas sino que también los lectores han de cambiar su visión de la información periodística. El lector crítico debe saber que lo que hace el periodista es interpretar los acontecimientos a partir de unas limitaciones personales y profesionales. Las limitaciones personales, como en otras profesiones, se dan por sus conocimientos y por su ideología. Las limitaciones profesionales hacen referencia al medio de comunicación para el que trabajan y a la proyección social de su actividad. El periodista no es ajeno al contexto social en el que vive, todo lo contrario. Es cierto que su trabajo tiene una influencia en la sociedad, pero las corrientes mayoritarias de opinión, las visiones de la realidad hegemónicas también pueden influir en su trabajo. Por ello quisiera acabar mi texto con una propuesta, a largo plazo y de mayor calado. Es necesario que se produzca en nuestra sociedad un cambio de mentalidad.

Decía al principio de este texto que la interculturalidad es una mirada que implica el re-conocimiento de la propia identidad, que nos permitiría dar cuenta que el “otro” también está en el “nosotros”. Así nos empezaríamos a percibir que somos, esencialmente, mestizos y lo valoraríamos como algo positivo.

Tradicionalmente, se consideraba el mestizaje como el cruce de razas distintas, tanto si eran plantas, animales o seres humanos. Desde este punto de vista, el mestizaje era un acto antinatural porque se mezclaban especies distintas. Por esto no se valoraba positivamente, más bien se veía como algo bastardo. En francés, bastardo es sinónimo de mestizo. Así mismo, también se consideraba el mestizaje como una perversión que iba contra el sentido común. Por ejemplo, en la Cataluña del siglo XIX, los abso-

lutistas llamaban “mestizos” a aquellos curas que tenían ideas liberales. De hecho, la limpieza de sangre, el ser un cristiano viejo, el que no hubiera en los antepasados personas de otra raza o religión era visto como una virtud, mientras que lo contrario era una vergüenza y una desgracia familiar que había que ocultar. En nuestro país, esta obsesión por los orígenes fue tan importante porque somos, mayoritariamente, mestizos. Para ocultar este hecho era necesario hacer demostración constante de autenticidad, porque si no se podía sospechar que detrás de la apariencia se escondía, por ejemplo, un falso católico. En catalán, hay una expresión *-fer dissabte* (literalmente “hacer sábado”)- que se refiere a la limpieza a fondo del hogar que se realiza este día de la semana. Pero esta actividad también servía para hacer público que la persona que se dedicaba, afanosamente, a la limpieza de la casa no era judía, ya que no respetaba la fiesta del *sabbat*. Si se acepta esta visión del mundo, es bien comprensible que alguien se pregunte qué tiene de positivo el mestizaje. Si consideramos el mestizaje como una perversión de la naturaleza, una mistificación de las esencias o una desgracia familiar, ¿quién quiere ser mestizo?

Pero si desechamos una visión purista, esencialista o, simplemente, racista, el mestizaje puede tener otro significado. Si entendemos por mestizaje la mezcla de elementos de origen diverso, ¿quién no es algo mestizo? La mirada esencialista de la identidad cultural es ciega y miedosa. Es ciega porque oculta que toda cultura es un

producto que se está haciendo permanentemente, a partir de la mezcla de elementos de distinto origen. Una mirada despreciada a la historia nos da algunas pistas. Por ejemplo, nuestra gastronomía tradicional no puede entenderse sin tener en cuenta los alimentos que vinieron de América o sin la herencia árabe que se manifiesta en palabras como alfajor o albóndiga. La cultura islámica, tan denostada actualmente, ha tenido también un papel importante en la cultura europea (Vernet, 2006). Este olvido, o este esfuerzo de ocultación, va contra la propia historia porque no tiene en cuenta que las culturas se han formado a partir de los contactos interculturales. El esencialismo identitario es también miedo porque siempre ve la relación entre culturas como una pérdida. En seguida se plantea ¿qué voy a perder relacionándome con el otro? ¿Cómo se va a pervertir mi cultura? ¿A qué voy a tener que renunciar? Es cierto que de los contactos interculturales, aún en las situaciones más esporádicas, ninguna de las dos partes quedan intactas del encuentro. Pero si se considera que nuestras identidades culturales también se enriquecerán con las aportaciones culturales y religiosas de las personas de otras culturas, esto es mestizaje. Si se toma conciencia de que nuestra propia cultura no es más que el producto de una combinación, singular y única, de todas las culturas con las que se ha tenido y se tiene contacto, esto es mestizaje. Por todo ello, la crítica al mestizaje es, en el fondo, un ejercicio de autoodio, mientras que su elogio es una defensa de nuestros orígenes y de nuestro futuro.

Bibliografía

- BAUMAN, Z.** *Vida líquida*. Barcelona: Paidós, 2006
- COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA.** *Agenda de la multiculturalitat de Barcelona*. Barcelona: Comissió Periodisme Solidari, Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2003
- CONSELL DE L' AUDIOVISUAL DE CATALUNYA.** Manual d' estil sobre minories ètniques del Col·legi de Periodistes de Catalunya. *Quaderns del CAC*, n.º 12, 2002, pp. 68-70 [versión en castellano en www.cac.cat/publicaciones/Q12manualcast.pdf (consulta: 17/11/2006)]
- GIRÓ, X.** Comentarís sobre el Manuel d'estil periodístic relatiu a les minories ètniques i noves propostes. *Quaderns del CAC*, n.º 12, 2002, pp. 13-24 [versión en castellano en www.cac.cat/publicaciones/Q12girocast.pdf (consulta: 17/11/2006)]
- HANNERZ, U.** *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid: Cátedra, 1996
- RODRIGO ALSINA, M.** Los medios de comunicación social ante la futura Europa. *Anàlisi*, n.º. 14, 1992, pp. 209-217
- RODRIGO ALSINA, M.** Los estudios de comunicación intercultural. *ZER. Revista de estudios de comunicación*, n.º. 1, 1996, pp. 69-77 [también en www.ehu.es/zer/zer1/4notinrodr.htm (consulta: 14/11/2006)]
- RODRIGO ALSINA, M.** *La comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos, 1999
- RODRIGO ALSINA, M.** Por un uso crítico de la prensa. En Lomas, C. (comp.) *El aprendizaje de la comunicación en las aulas*. Barcelona: Paidós, 2002, pp. 239-248
- RODRIGO ALSINA, M.** Identidad cultural y etnocentrismo: una mirada desde Catalunya. En Sampedro, V. y Llera, M. (eds.) *Interculturalidad: interpretar, gestionar y comunicar*. Barcelona: Bellaterra, 2003, pp. 197-221 [también en www.aloj.us.es/gicomcult/portada/37tx/3.htm (consulta: 14/11/2006)]
- RODRIGO ALSINA, M.** *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 2005
- RODRIGO ALSINA, M.** Presentación: miradas interculturales. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, n.º. 4, 2006, pp. 15-26
- SECO, M.; ANDRÉS, O. y RAMOS, G.** *Diccionario del español actual*. Madrid: Aguilar, 1999
- VAN DIJK, T. A.** *Racism and the Press*. Londres: Routledge, 1991
- VERNET, J.** *Lo que Europa debe al Islam de España*. Barcelona: Acantilado, 2006