

RESEÑAS

Modelos de radio, desarrollos e innovaciones

Fernando R Contreras
(Universidad de Sevilla)

Cebrián Herreros, Mariano (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad.* Madrid: Fragua, 2007, 317 páginas.

El presente estudio aborda los cambios digitales experimentados por la radio. Las innovaciones mediáticas, como bien escribe Cebrián Herreros, no surgen sólo en los dispositivos técnicos que soportan el proceso de comunicación. También los cambios en la semántica de las noticias o en la transmisión de nuevos significados y sentidos en los mensajes que emite este medio sonoro. Las transformaciones digitales de la radio muestran una nueva fenomenología de la experiencia mediática en los usuarios que consumen los nuevos formatos.

Cebrián Herreros realiza un detallado recorrido que enlaza la innovación tecnológica con la evolución sociocultural de la radio. La experiencia tecnificada de los medios en las últimas décadas se ha limitado al espacio público en el que habitaba una opinión elaborada por los profesionales del medio y por la ciudadanía. El modelo generalista es un modelo orientado hacia la opinión pública que ha logrado incluir el diálogo y la participación en su fórmula: “Se da entrada a la participación de la audiencia. Se mantiene cierta presencia del público en los estudios y se refuerza cuando la radio sale por ciudades e incluso por países extranjeros...” (p. 55).

La radio ha evolucionado hacia otros modelos y otros escenarios. Cebrián Herreros explica la expansión de las radios temáticas que concentran sus contenidos en la emisión musical o en la de noticias, y que también limitan su cobertura a un espacio local. Muestra la emergencia de modelos que sólo la tecnología ha hecho posible al vincular las propiedades del medio digital con los contenidos radiofónicos. Esta vinculación o convergencia multimediática permite a la radio integrarse en otros conjuntos empresariales y salir de un aislamiento causado por su producción restringida a un solo ámbito mediático. El empleo de las tecnologías de cable, satélite o Internet ha multiplicado las ofertas de programaciones múltiples que pueden ser escuchadas en distintas redes de difusión (locales, autonómicas, nacionales e internacionales).

La radio en Internet es la modalidad más sorprendente, ya que incorpora interactividad, navegación hipertextual y consulta a bases de datos sonoros que ofrecen nuevas expectativas de formato y contenido: los *audioblogs* y *podcast*. La fusión entre la tecnología de red de ordenadores con filosofía cliente/servidor, sumada a la distribución de sonido por *streaming* y los formatos comprimidos (MP3), han logrado nuevas formas de programación asincrónica. Además, la utilización reciente de la telefonía móvil como receptor de radio amplía las sinergias de este medio que parece florecer frente a futuros retos y expectativas.

Cebrián Herreros, experto en periodismo radiofónico, muestra al lector interesado qué camino recorre actualmente la radio digital entre la innovación de formatos, la innovación en la expresión o la importancia de la creatividad en la narrativa radiofónica, la

innovación en la gestión, y el fortalecimiento de audiencias con nuevos intereses en el servicio de este medio.

La demanda social exige a la radio nuevos servicios que responden a las exigencias de una comunidad culturalmente plural que necesita reforzar sus instituciones democráticas mediante los medios de comunicación. Tomando como partida esta premisa, Cebrián Herreros redacta la segunda parte del libro. Desde una perspectiva fenoménica, escribe sobre las consecuencias que tienen sobre la radio los cambios que experimenta nuestra sociedad a través de fenómenos como la inmigración o las ideologías políticas participativas.

En esta segunda parte, Cebrián Herreros sitúa su libro en el marco de los estudios de medios que inician Roger Silverstone o Robin Mansell y que continúan perfectamente en las investigaciones de ecología de los medios, como es el caso de los trabajos de Octavio Islas en el TEC de Monterrey. La teoría de los medios que dibuja nuestro autor presenta la cultura mediática o tecnocultura que da paso a nuevas manifestaciones sociales generadas por las innovaciones mediáticas. En este sentido, los medios explican un cambio epistémico provocado por el comportamiento del individuo frente a los nuevos formatos y su consumo. Todos estos parámetros en su conjunto explican al lector los procesos de comunicación en esta sociedad altamente tecnificada.

El mundo virtual de las tecnologías de la información comienza en las *comunidades virtuales*, es decir, en comunidades de interpretantes que consideran la validez de la información mediante

el consenso de sus miembros en la red. La virtualización es una realidad emergente que abarca no sólo los procesos más cotidianos, sino los fenómenos macro y de alta complejidad. Según Piscitelli, y de acuerdo también a la exposición de Cebrián Herreros, la comunicación funciona mediante las fuerzas homogéneas (globalización, sociedad red, digitalización, virtualización etc.) y las fuerzas heterogéneas (localismo, particularismo, comunidades virtuales, teletrabajo, etc.). Por ello, también es posible apreciar en este libro planteamientos ideológicos que afectan a la semiosfera cultural. Cebrián Herreros estudia la diversificación de la radio por barrios y pueblos periféricos, en el marco de la interculturalidad y multiculturalidad, en el espacio público tradicional y en el espacio público virtual.

Quisiéramos terminar esta breve reseña reflexionando sobre la innovación tal como nos la presenta este autor. A veces la innovación avanza más en el campo teórico que en la propia interacción social. Progresas sobre ilusiones que se agotan incluso antes de materializarse. Quizás debido a la necesidad de consumir continuamente novedades, como nos tiene acostumbrado el marketing mediático. Pese a ello, también es justo confirmar que las propias manifestaciones de la innovación tienen su identidad autónoma y sus cualidades particulares como los formatos o los contenidos que describe nuestro autor para la radio digital. Esta visión crítica en la teoría que desarrolla Cebrián Herreros sobre la innovación tecnológica en los medios de comunicación, es, a nuestro juicio, uno de los muchos temas tratados en este libro que lo hacen muy interesante y recomendable para su lectura.

The first casualty

Antonia Ceballos Cuadrado
(Universidad de Sevilla)

Knightley, Phillip (2003). *The First Casualty. The War Correspondent as Hero, Propagandist and Mith-Maker from the Crimea to Iraq.* Londres: André Deutsch.

Los periodistas no aprenden. Ésa es la sensación que le queda al lector al terminar de leer *The First Casualty*, ya un clásico en los estudios de las corresponsalías y la propaganda de guerra. Más aún, el libro de Knightley deja la duda de si Irak les hará aprender. El libro es un magnífico recorrido histórico por la cobertura informativa de las guerras tomando como referencia dos hitos: la guerra de Crimea y la guerra de Irak.

Crimea y William Howard Russell (*The Times*) marcan un antes y un después en la historia del periodismo. Nace la figura del corresponsal y con ella algunas de las características que lo van a acompañar a lo largo de toda su historia: enfrentamientos con el poder, acusaciones de antipatriotismo, importancia del ayudante para elaborar las informaciones, necesidad de tomar precauciones para protegerse, el periodista como protagonista de la información, la censura militar y lo que es más trascendental: el periodista que se deja engañar por la propaganda y acaba siendo un engranaje más de una máquina perfecta destinada a ganarse el apoyo del público en la contienda.

Irak es, sin duda, otra historia, menos heroica y más radical en lo que a fusión entre periodismo y propaganda se refiere. “No más héroes” denomina el autor al capítulo correspondiente a la guerra de Irak y, efectivamente, la imagen romántica del corresponsal tipo Ernest Hemingway ha muerto para siempre. En Irak sólo había dos opciones: o estar con ellos (como empotrados) o estar contra ellos (como periodistas “unilaterales”). Estar con ellos significó convertirte en un periodista empotrado, depender de la unidad para todo y no poder separarse de ella; el resultado: una paupérrima cobertura informativa que poco o nada aporta al lector como conocimiento real de los acontecimientos. Estar contra ellos fue no plegarse a su sistema, pero seguir dependiendo de sus *briefings* oficiales para cubrir el sistema de noticias 24 horas impuesto por la celeridad/voracidad de los medios en los últimos tiempos. Pero, además, estar contra ellos puede significar en muchos casos ser hombre muerto, literalmente.

En el decurso de la guerra (oficialmente, un mes, de marzo a abril de 2003) murieron quince periodistas y dos desaparecieron. Si tenemos en cuenta la duración de la guerra, nos daremos cuenta de que Irak ha sido la más peligrosa para los periodistas en toda su historia. El grupo que más bajas sufrió fue el de los “unilaterales”. Y el panorama no parece que vaya a cambiar. “Que se cuiden. Están avisados” fue la respuesta de un oficial del Pentágono a la pregunta de Kate Adie, periodista de la BBC.

Entre Crimea e Irak, el autor nos habla de un buen número de guerras que hicieron historia, tanto en sentido general como en sentido periodístico: la guerra de secesión de EEUU, la franco-

prusiana, guerra ruso-turca, guerra contra los derviches de Sudán, la guerra de Cuba, de los Boers, ruso-japonesa, primera guerra mundial, revolución rusa, guerra de Abisinia, guerra civil española, segunda guerra mundial, guerra de Corea, guerra de Argelia, Vietnam, Rodesia, las Malvinas, el Golfo, la campaña de la OTAN contra Serbia y la guerra de Irak. Un repaso un poco etnocéntrico que se centra sólo en la labor de los corresponsales de habla inglesa.

No hay nada acerca de cómo se enfrentan a la censura y a la propaganda el resto de periodistas del mundo. Hay una breve referencia a Barzini (italiano) al principio del libro como ejemplo de buen periodismo, y nada más. Ninguna referencia al periodismo latinoamericano, europeo, asiático, etc. Nada.

Ni siquiera se tratan los temas olvidados, esos que no tienen una cobertura deficiente porque, simplemente, no tienen cobertura. Nada. Nada del Congo, ni de Ruanda, Uganda, Sudán, Nepal, Haití, Colombia o Chechenia. Nada de las guerras latinoamericanas del siglo XX provocadas por elementos golpistas instigados por elementos estadounidenses. Ni siquiera se menciona, ni una sola vez, el conflicto entre Israel y Palestina. La selección que hace el autor de los conflictos es muy clásica, pero también muy intencionada. Para el historiador puede resultar muy útil, pero para el periodista sería mejor tener una pincelada histórica para entrar de lleno en los conflictos cuya cobertura más influye en cómo estamos contando la guerra aquí y ahora.

Un tema muy interesante, pero en el que no se profundiza, es la relación entre el periodista y el medio. Por ejemplo, son constantes las historias en las que los editores prefieren usar la información oficial a la que le envían sus propios corresponsales. El libro hace algunas referencias a elementos de la estructura informativa y de la estructura invisible: habla de intereses comerciales, de presiones políticas, etc; pero no cae en la cuenta, y no hace al lector caer en la cuenta, de que esos elementos determinan tanto o más la deficiente cobertura que desde los inicios han tenido las guerras. Los periodistas no son entes aislados, son permeables a la propaganda, tal y como se demuestra ampliamente en el libro, pero también son impotentes ante determinados mecanismos. Se nos olvida, a Knightley también, que el periodista es un trabajador por cuenta ajena y que, pese a que realice un trabajo intelectual, es un asalariado más que debe plegarse a los intereses de su empresa. Mientras no asumamos esto, estamos perdidos, el periodismo está perdido. Asumir significa conocer para poder combatir.

En esto, Knightley hace una gran labor: nos obliga a asumir. Nos obliga a asumir que la censura y la propaganda existen y muy pocos periodistas a lo largo de la historia han sabido/querido eludirlas. Nos obliga a asumir la competitividad de la profesión que hace fuerte al poder. Sin duda, el caso más sangrante que relata el libro en referencia a esto ocurrió en la guerra del Golfo. Estados Unidos no quería otro Vietnam y para evitarlo puso en marcha el sistema de *pool* (que después se reciclaría en lo que conocemos como “periodistas empotrados” de la guerra de Irak). Algunos periodistas y los medios más modestos incoaron una causa judicial contra el

gobierno porque estaba atentando contra la libertad de prensa recogida en la Primera enmienda. Los grandes medios, pertenecientes a grandes grupos mediáticos participados en gran parte por capital ajeno a la comunicación, en algunos casos como el grupo Lagardère o Socpresse directamente participados por capital de empresas armamentísticas (aunque este dato se le pasa por alto a Knightley), no apoyaron la demanda, y el miedo a quedarse fuera de los pools fue mayor que el sentido del deber periodístico. Los periodistas fueron a Irak, la guerra acabó, la demanda se resolvió, pero perdimos una gran oportunidad de, por una vez, marcar las reglas del juego.

Esto nos lleva, inevitablemente, a una pregunta: ¿qué ocurre si los periodistas no vamos a un conflicto? El autor da las claves para hacerse una idea del panorama. O bien siempre habrá algún corresponsal/medio amigo que sí vaya, o bien serán los propios ejércitos, que disponen de material más que suficiente para ello, los que grabarán, editarán y emitirán sus propias imágenes. ¿Estamos perdidos? Así parece si atendemos al párrafo final:

Given the increased danger; greater degree of manipulation and control by government; and the new emphasis on seeing the war through the eyes of soldiers, the age of the war correspondent as hero appears to be over. Whether war correspondent would wish to continue as propagandists and myth-makers, plying their craft subservient to those who gave wars, is a decision they will need to make for themselves (Knightley, 2003: 548).

Se echan de menos, en *The first Casualty*, dos detalles. Por un lado, unas buenas conclusiones que ayuden a sintetizar la ingente cantidad de ideas dispersa a lo largo del libro, unas conclusiones que ayuden a visualizar esas constantes repetidas conflicto tras conflicto. Lo segundo que echa en falta el lector/periodista son... soluciones. *The First Casualty* plantea muchos interrogantes: ¿es la guerra algo normal?, ¿puede o debe un corresponsal ser objetivo?, ¿debe ser más bien honesto que objetivo?, ¿qué puede hacer cuando no hay forma de eludir la censura? Knightley plantea a lo largo del libro diferentes casuísticas que crean la desazón propia del “y yo qué haría en esa situación” y lo más descorazonador es que ni el autor ni el lector obtienen una respuesta. Como muestra un botón: Knightley recoge las siguientes palabras de Robert C. Millar, un corresponsal de United Press durante la guerra de Corea.

There are certain facts and stories from Korea that editors and publishers have printed which were pure fabrication... Many of us who sent the stories knew they were false, but we had to write them because they were official releases from responsible military headquarters and were released for publication even though the people responsible knew they were untrue (cit. en Knightley, 2003).

De las tres funciones básicas del periodismo: informar, formar y entretener; comprobamos que los corresponsales de guerra no han sabido estar a la altura de las dos primeras. En cuanto a la última, resulta muy interesante cómo el autor asemeja el relato televisivo de

Vietnam al cine bélico de Hollywood o cómo esta industria toma parte en la campaña propagandística de Irak realizando series de soldados que se emitían en horario de *prime time*.

El corresponsal ni informa ni forma porque la audiencia desconoce una parte de la realidad. Normalmente, no se miente, se omite. Así, por ejemplo, en el libro se nos mencionan algunas grandes omisiones. El gobierno de EEUU omitió el número de barcos hundidos en Pearl Harbour. Gran Bretaña omitió en la Segunda Guerra Mundial que lo que estaba bombardeando en Alemania eran objetivos civiles. La armada de EEUU suprimió toda mención a los ataques kamikazes de los japoneses contra sus barcos durante seis meses. El gobierno de EEUU le dijo a la prensa que la enorme explosión en Nuevo México el 16 de julio de 1945 (la prueba de la bomba atómica) fue “una explosión de un depósito de municiones”. Y así podríamos hacer una numeración inacabable. Los periodistas no supieron matizar estas omisiones. Aunque, en algunos casos, sí lo lograron: cuando la guerra había acabado y ya no servía de nada.

¿Y el público? De acuerdo con Knightley el público permanece ajeno y en muchos casos justifica la censura como necesaria. Claro que, cabe destacar, Knightley sólo hace referencia a la reacción del público anglosajón, ¿es esto extensible de manera universal? No podemos deducirlo de la lectura.

También es cierto, tal y como explica el propio autor, que el público ha evolucionado y se mueve por parámetros totalmente diferentes a los públicos de las guerras precedentes. Pero, en un mar

de informaciones insustanciales oficiales y/u oficiosas el receptor se siente perdido:

Despite scouring two national newspapers every day, listening to the radio, surfing the web and watching the TV news, I have absolutely no clue how the war is going (cit. en Knightley, 2003: 527).

La cita corresponde a una carta al director de un lector de *The Guardian* en referencia a la guerra de Irak. Ese es el riesgo que corre el periodismo de guerra hoy: quedar en nada, en humo, en una pieza más de la propaganda. En cierta medida, es lo que el periodismo de guerra ha sido siempre. Al menos es lo que se deduce cuando se termina de leer “In war, truth is the first casualty”. Sólo quedan dos alternativas: o creer en la resurrección o luchar por ella.

Desclasificados

Mar Llera Llorente
(Universidad de Sevilla)

García Gutiérrez, Antonio (2007). *Desclasificados. Pluralismo lógico y violencia de la clasificación.* Barcelona: Anthropos.

“Conocemos mediante una acción clasificatoria”. Pero “clasificar” significa también “ocultar conocimiento”. ¿Cómo es posible —entonces— que nuestro saber sea el alimento de nuestra ignorancia? “Desclasificados: he ahí el reto de la deliberada ambigüedad del título general de este texto” (p. 10).

A pesar de su brevedad, no debería pasar desapercibido

este texto de sabor intenso y revulsivo, subyugante en su provocación. Pues se trata de una demoledora invectiva contra nuestras certezas más elementales y las estructuras lógicas que las fundamentan: imposible leerlo desde la indiferencia. Algunos habrán de inquietarse porque se sentirán perdidos en el laberinto de su simplicidad; otros, porque no podrán sustraerse al veneno de sus encantos, aunque les precipiten al vacío: “Epistemología de los bajos fondos y del lodo, promiscua, prostibularia y gestora de conocimiento sucio y periférico... inquisidora del academicismo, portadora lúcida de contradicciones y de mala fe” (p. 31). Epistemografía, también: in-corporación del conocimiento, inscripción sangrante y dolorosa, erótica en el sufrimiento.

Antonio García Gutiérrez desafía aquí despreocupadamente nuestras habituales formas de decir, de pensar y de ser, todo aquello que nunca cuestionamos porque –sin saberlo– juzgamos el principio de posibilidad de toda cuestión.

Se trata de un ensayo voluptuoso, que exhibe sin recato el exotismo de sus formas, alimentando ese refinadísimo placer que sólo puede surgir allí donde rige la prohibición máxima, el Tabú de lo Innombrable: donde se abisma el decurso del pensamiento, en el rechazo visceral que habrá de despertar su lectura.

Transmutador como un aforismo nietzscheano; intempestivo como el relámpago de las intuiciones de Benjamin; incómodo, hasta para sí mismo. El cauce de este discurso arrasa lo que toca hasta tras-tocarse, di-vertirse y des-encauzarse en un permanente desbordamiento. *Desclasificados* es un texto inclasificable que se autocontradice, que a cada paso desdice lo que dice.

Un ensayo, pues, tan provocativo como ingenioso: subversivo, instigador... Tanto que no sólo entroniza la contradicción, sino que precisamente por ello es capaz de aplaudir a quien lo contradiga. Así haremos nosotros. La incontenible rebeldía de este libro enciende la llama de nuestra propia rebelión: “En la época actual el consenso corre menos peligro que el disenso. Disentir, entonces, antes que consentir” (p. 8). Lo pide el autor, no es insolencia mía, no es desacato. Son sus propias palabras.

Este opúsculo arroja sosa cáustica sobre las llagas de nuestro mundo. Hoy, cuando la diversidad cultural nos confronta a universos de creencia que parecen incompatibles con nuestra(s) lógica(s), es

preciso saber que “las lógicas son las creencias” (p. 11); que debemos “trascender voluntariamente nuestra identidad” (p. 41) sin dejar de ser lo que somos –o precisamente para serlo más auténticamente. Que “Occidente inventa su exterior constantemente y se reinventa interiormente sin mudar” (p. 38). Y que hemos de reconocer la mala fe, no para condenarla, sino para advertir que ésa es la clave sustancial de la cognición, la “perversa savia” del conocimiento (p. 31).

Por eso, a quienes desechan los deconstruccionismos posmodernos, tachándolos como paradójicamente aquiescentes con el *statu quo*, incompatibles con los ideales liberadores de la Modernidad, les espeta García Gutiérrez: la contradicción es un recurso epistemológico de primer orden no sólo para situarse en la frontera del conocimiento y erradicarla como obstáculo, sino para avanzar hacia la emancipación individual, comunitaria y social (p. 9). Pues “tal emancipación no es posible sin una operación inicial de disloque, de des-clasificación, de des-orden” (p. 10).

Obsérvese que la propuesta es cínica: “En situaciones extremas podríamos negar principios inviolables sin pestañear y sin sorprendernos e, inmediatamente después, restaurar el sistema anterior o aferrarnos a una tabla de salvación que nos viene a la mano como parte constituyente de una nueva deriva” (p. 14). Suena a claudicación. Al llegar a este punto sonrío displicente el lector, creyendo que por fin rompió el nudo gordiano con que pretendía enredarlo el autor y desveló su trampa: García Gutiérrez parece traicionado por sus propias palabras, da la impresión de que se precipita en su propio relativismo autodisolvente. Pero en este

momento vuelve a descolocarnos, descolocándose –dislocándose- él mismo. Y grita la necesidad de “contrarrestar un relativismo creciente que impide la responsabilidad de la averiguación crítica” (p. 19): afirma la obligación moral de denunciar “la violencia de la clasificación” (p. 32) para rescatar el “conocimiento sumergido” y “mitigar el sufrimiento humano” (p. 27). ¿Por qué desfondar nuestro sistema lógico cotidiano? “Basta con mirar alrededor: discriminación, injusticia, desigualdad, destrucción, explotación desahogada de los recursos, mentalidad a corto plazo, entreguismo, conformismo, insolidaridad, Estado del bienestar y del malestar, creencias sin arraigo, disolución de la ética, cinismo, egoísmo del egoísta, egoísmo del altruista, impasibilidad, barbarie: barbarie del dogmático, del relativista, del pusilánime...” (p. 36).

Antonio, *¡no dejas títere con cabeza!* A estas alturas de tu discurso, cuando ya casi nos habías convencido de tu cínica procacidad, de tu inmensurable potencial destructor, va a resultar... que eres un soñador, un idealista (!!); mucho más que un utópico: *eutópico* –creyente, como tú mismo dices, en el lugar feliz de *realización* de la utopía, aunque lo sepas inexistente e inefable, indecible e *indecidible* (p. 23). Amigo, tu coherencia ética se vuelve contra ti, te delata. No has cumplido tus compromisos: al abogar de un modo tan rotundo por la solidaridad, te contradices. Pero... ¡justamente así, satisfaces tus propias exigencias discursivas. No hay tregua: bienvenido sea el pluralismo lógico.

Journalism in Iran. From Mission to Profession

Francescomaria Evangelisti
(Universidad de Sevilla)

Shadidi, Hossei (2007). *Journalism in Iran. From Mission to Profession.*
Nueva York: Routledge, 194 páginas.

Nell'attuale contesto storico, con l'Iran forzatamente inserito nel ruolo di "presunto nemico dell'occidente", e con il diffondersi di una diffusa stereotipizzazione della società iraniana, il libro di Hussein Shahidi si posiziona nel panorama editoriale come il primo studio organico dell'evoluzione del "mestiere" giornalistico indipendente nell'Iran degli ultimi 30 anni: diviene quindi, a pieno diritto, un'opera fondamentale per comprendere una società, come quella iraniana, spesso avvolta nell'ambigua nube della disinformazione, ed oggetto di una profonda e generalizzata diffidenza culturale.

Nell'introduzione di *Journalism in Iran. From mission to profession*, Shahidi afferma:

Before the 1979 Revolution, most professional Iranian Journalist, that is those who relied on journalism as their main or only source of income, worked in newspapers which were not independent of the state. On the other hand, many of those who wrote for the independent press relied either on personal wealth or on income from other activities, very often working for the government. The full-

time journalists usually referred to their occupation as **khedmat** or service – rather similar to being enlisted in the armed forces. Writing for the independent press was often considered not a career, but a **mission** to enlighten the public (p. 1).

La domanda principale a cui cerca di rispondere il libro è: “Nei 30 anni di regime teocratico in Iran, c’è stato spazio per un giornalismo indipendente? Se sì, a quale prezzo?”.

Il 166° posto (su 169) conquistato dall'Iran nella classifica mondiale della libertà di stampa 2007 stilata da *Reporters sans frontiers*, potrebbe rispondere da solo a qualsiasi tipo di domanda sul presente del giornalismo iraniano, ma Shahidi ci invita a scoprire quelle piccole oasi che nella giovane Repubblica islamica hanno ospitato e ospitano pensieri ed opinioni indipendenti ed antagoniste.

Lo studio, pur riservando un capitolo ai media elettronici, è principalmente dedicato all'analisi della stampa, l'unico spazio, a detta dell'autore, dove si sia potuto sviluppare un giornalismo libero e lontano da quel permeante controllo statale, caratteristico, secondo l'autore, degli altri settori dell'industria culturale iraniana.

Shahidi analizza e descrive quindi, lo sviluppo della professione giornalistica, al di fuori degli ambiti statalizzati, partendo dagli ultimi due anni del governo dello Shah e arrivando fin quasi ai nostri giorni, cercando di evidenziare la misura in cui il giornalismo indipendente locale si sia avvicinato nel corso degli anni

alle pratiche e alle idee professionali provenienti da Occidente, *“from mission to profession”*, come riporta il sottotitolo dell'opera.

Le fonti utilizzate per questa ricerca, al di là di una completa bibliografia e di una pluralistica emerografia, comprendono trascrizioni di colloqui intercorsi tra l'autore ed i differenti rappresentanti della comunità giornalistica iraniana e costituiscono una utile collezione di pubblicazioni online.

Dal libro si evince che scrivere la storia della stampa iraniana significa, in un certo senso, stilare un lungo elenco di pubblicazioni sopresse e di intimidazioni a redattori e giornalisti *“non-allineati”*, riportando le accuse pubbliche di *“immoralità”* da parte degli esponenti religiosi e le successive derive violente contro chi non si limitava a copiare i dispacci governativi.

Questo è per Shahidi, come per chiunque sia minimamente al corrente della situazione sociale e politica iraniana, una delle cause principali della particolare situazione mediatica iraniana attuale: la cronica ingerenza religiosa nella creazione e nel mantenimento della sfera pubblica.

Secondo l'autore però, tale condizione permise lo sviluppo di un giornalismo indipendente, sia pur limitato a determinati settori *“innocui”* dell'informazione, in un sistema in cui è più presente il concetto di *“nocivo”*.

Con uno stile fluido e conciso, Shahidi trasporta il lettore nelle piazze delle rivolte anti governative del 1978, presentandogli frammenti di quelle apologie della libertà di stampa che, dalle colonne dei giornali scampati alla chiusura forzata, accompagnarono

il popolo iraniano dal *Black Friday* (8 settembre 1978) alla “*Spring of freedom*” del 1979, lo accompagna fino al 2006, attraversando Khomeini, la guerra contro l'Iraq, il nascere e l'acutizzarsi della crisi con gli Stati Uniti e lasciandolo infine nel semi fallito tentativo riformista di Khamenei.

Il libro, con una dettagliata ricostruzione storica, la cui comprensione richiede una buona conoscenza previa della storia iraniana contemporanea, cerca di sciogliere i nodi del complesso tappeto mediatico iraniano e di metterli in ordine, evidenziando gli ostacoli fisici, religiosi e legali, che hanno accompagnato e che accompagnano il lavoro di centinaia di professionisti dell'informazione, rendendo sempre più pericoloso l'esercizio dei diritti liberali.

Nelle parole di Shahidi troviamo quindi la cronaca dei compromessi lessicali utilizzati per definire Khomeini, di una censura che spesso si traduce in un auto-censura da parte degli stessi editori, di leggi sulla stampa non rispettate, di misteriosi codici deontologici approvati da sindacati senza potere.

Tuttavia il libro non è e non vuole essere un lavoro prettamente storico, e questa idea si evidenzia chiaramente nella ideale seconda parte del libro, i cui capitoli affrontano individualmente i temi cardine dell'attuale stato delle cose della stampa iraniana, indipendente e no: il ruolo delle donne nel giornalismo, e quindi nella società, un argomento che Shahidi ben conosce essendo *Gender and Media Specialist* dello *United Nations Development Fund for Women (UNIFEM)*; i media elettronici, con le

loro limitazioni tecnologiche ed i loro pregi; le problematiche ed i risultati ottenuti nella formazione dei professionisti dell'informazione, attività in cui è tuttora impegnato Shahidi; il Diritto dell'Informazione iraniano.

Il capitolo relativo al giornalismo femminile esamina il contributo offerto dalle donne allo sviluppo giornalistico iraniano, partendo dalla loro prima apparizione nel 1910 nelle colonne di *Danesh* (conoscenza), un quotidiano rivolto quasi esclusivamente ad un mercato femminile, fino all'inizio del secolo attuale, dove alla presenza di circa 5000 giornaliste disseminate nelle varie pubblicazioni locali fanno da contraltare lo scarso numero di posti dirigenziali ottenuti.

Nella sezione relativa agli *electronic media*, oltre alla descrizione delle diverse misure restrittive adottate contro gli autori di blog e pagine web, emergono chiaramente i limiti imposti dal digital divide ad un completo sviluppo del settore.

Sebbene in Iran nel 2005 ci fossero 6 milioni di utenti, più che in qualsiasi altro paese del medio oriente , la percentuale di uso pro capite resta, nello stesso anno, minore al 7% (p. 106), un dato sconsolante se misurato con gli standard occidentali ma che assume tutt'altro valore se confrontato con quello di Afghanistan, Pakistan e delle repubbliche centro asiatiche.

E' in Internet dove l'Iran cerca il dibattito pubblico, ed è in Internet dove la censura si scaglia, chiudendo le pagine che ospitano "contenuti immorali", bloccando l'accesso a quei siti che pubblicano informazione politica riformista .

All'organizzazione sindacale, che viene trattata parzialmente anche nella prima parte del libro, è dedicato, congiuntamente alla formazione, il penultimo capitolo, e qui possiamo incontrare le diverse sigle sindacali che rappresentano e che supportano i distinti gruppi di giornalisti: dalla potente *Association of Iranian Journalist*, cui sono affiliati quasi il 40% dei giornalisti iraniani e che trova la sua nemesi nell' *Association of Moslem Journalist*, sino alla *Association for the Defence of Press Freedom*, a cui è affiliato l'1.6% del settore (p. 114), e che insieme alla *Women Journalist Association* rappresenta quel segmento di giornalisti che protesta apertamente contro la detenzione di colleghi e contro la chiusura di testate non allineate con il governo.

Nella parte dedicata alla formazione professionale, attraverso le parole di giornalisti, docenti e politici si intuisce la strada che questo settore vitale della società iraniana deve percorrere se vuole costruire un giornalismo moderno e “indigeno”, un giornalismo che non sia solo la copia di quanto proposto dall'occidente, ma che facendo perno sulle proprie peculiarità culturali, possa offrire un nuovo modello di riferimento e di sviluppo civile ed espressivo.

Così come nel cinema, nella letteratura e nel fumetto, gli iraniani sono riusciti ad esportare i propri contenuti, raggiungendo mercati resi irreparabilmente distanti dalla politica, così il giornalismo iraniano deve creare un suo linguaggio, una sua costruzione di senso che lo rappresenti al di fuori delle categorie occidentali, e che, come per esempio *Al-Jazeera*, possa offrire una visione-altra di una società

più variegata di quanto possiamo essere portati a credere senza una conoscenza approfondita e multifocale.

Una delle conclusioni a cui porta la lettura del testo, è probabilmente la stessa a cui si può giungere esaminando un libro sulla libertà di stampa nella ex Unione Sovietica (così come per qualsiasi altro paese che si possa paragonare all'Iran): l'impotenza.

Si sente l'impotenza di fronte all'impossibilità di descrivere quel che si vede, di raccontare qualcosa che esuli dal dogma, di rappresentare il Nemico o l'Amico con parole che non siano quelle che scendono dal vertice, di essere "indipendente", a meno che non si scriva di giardinaggio o che non si abbia particolare cura per la propria incolumità fisica.

Democracias de opinión

Jaime Figueroa Daza
(Grupo de Investigación COMPOLÍTICAS)

Escudero, Lucrecia y García, Claudia (Coords.) (2007): *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*. Buenos Aires: La Crujía.

Retomar el tema de las elecciones presidenciales mexicanas de 2006 puede parecer fuera de tiempo por la gran cantidad de información que, en su momento, se publicó; no obstante, a casi dos años de la victoria panista¹, resulta trascendente hacer un ejercicio reflexivo sobre el papel que jugaron la televisión, la prensa y la radio durante el proceso electoral. *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*, bajo la coordinación de Lucrecia Escudero y Claudia García, lo hace a través de una compilación de artículos y entrevistas que cuestionan el rol de los medios difusores en la construcción de la naciente democracia del México contemporáneo.

Los autores, además de Escudero y García, representan una parte de la diversidad académica de aquel país, así como de organizaciones sociales, medios de comunicación y la novedosa inclusión de estudiantes universitarios que comparten los resultados de sus trabajos con la supervisión de los especialistas; una oportunidad fuera de lo común y por añadidura estimable. El texto de casi 500 páginas se compone de catorce artículos y ocho entrevistas, escritos

¹ Se refiere al Partido Acción Nacional (PAN).

por expertos como Javier Esteinou, Irma Ávila, Alberto Betancourt, Esther Enríquez, Ángeles López Portillo, Katya Mandoki y Bárbara Origlio.

La primera parte del libro permite al lector informarse sobre el surgimiento de la televisión mexicana y su relación con el gobierno, su poder en la formación de la opinión pública, amén de su pretendida función legisladora².

Esteinou (2007) ejemplifica la buena relación medios-gobierno con el caso de Vicente Fox (mandatario de 2000 a 2006), quien sostuvo una administración mediática utilizando propaganda gubernamental en radio y televisión, misma que el candidato presidencial del Partido Acción Nacional tuvo como respaldo, a través de mensajes que difundieron el “buen” trabajo realizado durante la gestión foxista.

Durante la época de promoción electoral, Televisa aplicó las técnicas del usurero; es decir, impuso altas tasas de interés a los candidatos necesitados de promoción televisiva. (Corral, 2007). Así, la exposición audiovisual de los presidenciables, al menos hasta 2006, había sido un jugoso negocio. El duopolio Televisa/TV Azteca fijó un trato netamente mercantil a la difusión de la publicidad

² El consorcio comunicativo presionó al congreso mexicano para que aprobara la llamada Ley Televisa, la cual refuerza el dominio de los grandes concesionarios sobre la generación y explotación de señales en el espacio comunicativo mexicano. El periodista Ricardo Alemán (2007) considera que Televisa se ha colocado por encima de los tres poderes (ejecutivo, legislativo y judicial) que integran el Congreso. Esta ley fue detenida por el Senado mexicano y su aprobación aún está pendiente.

electoral; según sus parámetros, daba igual anunciar pañales que al candidato de un partido.

La segunda sección del libro da cuenta de la opinión pública que se formó tras la exposición mediática de los cinco presidenciables³, cuyo objetivo de campaña fue posicionarse, crear la agenda nacional o al menos compaginarla con el diario acontecer. Sin embargo, los medios “(...) implantaron regímenes de lo visible y lo invisible, entablaron un duelo de agendas con los candidatos y los ciudadanos (...). Cada una de estas variables afectó de distinta manera la percepción pública sobre los candidatos (Betancourt, p. 90).

Escudero advierte que la agenda de los candidatos, según el estudio realizado en tres importantes periódicos⁴, no logró volverse nacional ni en el último mes, que estuvo plagado de escándalos y confusiones. La autora deja en claro que los políticos proponen los temas, pero es el medio el que decide cómo los transforma o de plano los ignora. “La *disonancia* se da porque la campaña no penetra en la agenda del periódico y a su vez los temas de campaña no tocan la agenda de los medios” (p. 174).

No obstante, es la televisión y no la prensa el medio con mayor penetración en el público mexicano. Los noticiarios de Televisa y TV Azteca (con base en el monitoreo llevado a cabo por García y su equipo de trabajo) poco informaron sobre el proceso electoral

³ Patricia Mercado (Partido Alternativa Socialdemócrata), Roberto Madrazo (Partido Revolucionario Institucional), Felipe Calderón (Partido Acción Nacional), Andrés Manuel López (Partido de la Revolución Democrática) y Roberto Campa (Partido Nueva Alianza).

⁴ *La Jornada*, *Reforma* y *El Universal* (principales periódicos de presencia nacional y con diferentes perfiles; el estudio cubrió del 19 de enero al 19 de abril de 2006).

comparado, por ejemplo, con el tiempo dedicado a los espectáculos. “(...) Las televisoras han empobrecido el debate electoral y democrático en México y han contribuido a pulverizar la posibilidad de la construcción de una conciencia política y electoral en el país” (p. 177).

Por su parte, Escudero y su grupo de investigación analizaron los programas políticos de opinión transmitidos en la televisión mexicana durante el periodo electoral. El resultado, en términos generales, evidencia la apertura mediática ante los cambios políticos, aunque la agenda sigue siendo a elección del canal difusor.

Durante la campaña electoral, la ficción también “ayudó” a instruir al pueblo mexicano sobre el diario acontecer de los candidatos y, por ende, a tomar decisiones. Televisa transmitió *El privilegio de mandar*, una serie que Origlio (2007) denominó género de info-ficción por sus características híbridas (entre realidad-ficción).

(...) los hechos escenificados en *El privilegio de mandar* serían considerados por una gran parte de la población votante como informaciones sobre los candidatos, que puede llegar a afectar de manera contundente la percepción política de los electores, sin ser necesariamente información fundamentada o responder a los cánones periodísticos de producción ética de la noticia (p. 250).

El privilegio de mandar propuso la construcción de un mundo al revés, donde se rompieron las reglas y la formalidad de los personajes (candidatos presidenciales y otros políticos que en ese

momento eran noticia); la serie los ridiculizó, así la audiencia pudo burlarse de ellos. “Para encontrar situaciones donde no nos preocupen las reglas, dice Eco, es necesario tener un mundo al revés. Pues ahí nos sentiremos libres porque nos liberamos de la ansiedad y el temor que imponen las reglas.” (Arenal, p. 269). La autora concluye que hacen falta programas que realmente contribuyan a crear ciudadanos críticos, más allá de una parodia superficial (p. 287).

La tercera parte del libro cuestiona la importancia de las encuestas de opinión durante todo el proceso electoral, ya sea para medir las tendencias del voto o las percepciones de la opinión pública. Un fenómeno ya explorado en elecciones pasadas, aunque con menos intensidad que en 2006. El “efecto *chachalaca*”⁵ está considerado la pieza clave en la caída de López Obrador como puntero en las preferencias de los electores, junto a la llamada “*campaña del miedo*” avalada por el PAN, en la que López Obrador fue comparado con Hugo Chávez y acusado de ser un peligro para México. Obrador había logrado el posicionamiento, entre otros motivos, gracias al trabajo propagandístico llevado a cabo desde que fue elegido Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Su personalidad de líder carismático, según Mandoki (2007), la construyó con base en el cuento fantástico. Un enfoque narratológico interesante que la autora desarrolla en las páginas de su análisis.

⁵ Se refiere a que López Obrador, en más de un discurso, comparó a Vicente Fox con la chachalaca, un pájaro muy escandaloso del sureste mexicano.

López Portillo resalta que las empresas encuestadoras deben desempeñar un mejor trabajo y dar a conocer al público qué se busca obtener y qué resultados se logran de una encuesta: “(...) sólo así la sociedad civil podrá aprender conjuntamente para comunicarnos en el diálogo de la democracia” (p. 378).

En esta parte del libro destaca el artículo *Observatorios ciudadanos y montaje de realidades*, porque toma en cuenta la lectura que hace la ciudadanía de los mensajes electorales mediatizados; además, logra un buen recuento de las principales asociaciones cuya misión es vigilar el papel que tienen los medios en la sociedad mexicana. Sin duda, la única propuesta diferente de este libro que en ocasiones tiende a señalar la influencia inequívoca de los medios, especialmente la televisión, contra una audiencia pasmada e indefensa.

Finalmente, Enríquez hace un detallado análisis del último debate televisivo de los presidenciables y concluye que fue un monólogo sin interacción dinámica, aunque sirvió para hacer reaccionar a los electores potenciales que hicieron ganar al PAN.

No podría terminarse esta reseña sin mencionar las entrevistas hechas a especialistas de comunicación y mercadotecnia política como Francisco Abundis, Ricardo Alemán, Jorge Buendía, Roy Campos, Ciro Gómez, Ricardo Rocha, José Woldenberg o el senador Javier Corral. Todos opinaron y analizaron la situación política del momento y, de una u otra manera, dejaron ver que el cambio hacia la democracia mexicana está en ciernes. La ventaja es que la violencia no asomó como en 1994, cuando el asesinato del candidato

del PRI advirtió de que la nación aún no estaba preparada para los cambios.

No mencionamos las entrevistas, tal cual aparecen en el texto, porque la continuidad de la lectura a veces se interrumpe por la falta de relación entre los temas. Un efecto parecido tienen los constantes errores de acentuación. A pesar de ello, el libro es valioso porque retoma un tema trascendente que solía tomarse en cuenta cada tres o seis años, según el calendario electoral. Artículos y entrevistas son ricos en información, datos y análisis. Es un texto valiente porque denuncia los daños del foxismo a la nación en contubernio con los emporios audiovisuales mexicanos, y es innovador porque se valió estratégicamente de la semiótica para los análisis. Vale la pena su lectura.