

¿Pueden los periodistas no ser etnocéntricos?

Miquel Rodrigo Alsina

Catedrático de Teoría de la Comunicación

Universidad Autónoma de Barcelona

Nuestras complejas sociedades multiculturales obligan a los periodistas a enfrentarse cotidianamente a nuevos retos. Así, frecuentemente, se ven sometidos a duras críticas por el tipo de discurso que construyen. En este trabajo desearía, en primer lugar, aclarar que no se puede pedir al periodismo informativo la minuciosidad de una tesis de doctorado, ni al opinativo su extensión. Es decir que no hay que pedir al periodismo lo que no puede dar. Hay que conocer cuáles son sus límites. En segundo lugar, es fácil que los periodistas caigan en la trampa del etnocentrismo. Pero, como pondré de manifiesto, hay un cierto etnocentrismo inevitable difícil de soslayar. El periodista no debe sentirse acogotado por el temor de cometer una incorrección intercultural. Tanto el etnocentrismo como los prejuicios y los estereotipos, con los que aquél se configura, tienen una función cognitiva determinada. Además, no todos son iguales. En este punto me alejaré, en mi exposición, del caso del periodismo, así podremos apreciar que todos estamos condicionados por una visión etnocéntrica. En tercer lugar, una vez aclarada la cuestión anterior, ya estaré en disposición de hacer algunas críticas y propuestas al trabajo periodístico. No pretendo hacer una reflexión complaciente con el periodismo etnocéntrico. Desearía partir de una visión ponderada que debe denunciar, sin embargo, algunas imágenes xenófobas que el periodismo ayuda a crear. Por último, finalizaré con una autocrítica. No sólo los periodistas son responsables de las imágenes de alteridades excluidas, los universitarios también debemos ser capaces de criticar nuestra práctica profesional. Un debate recurrente es cuál es el perfil profesional de los periodistas y cómo deben ser formados desde la universidad. No voy a

profundizar en este tema (Rodrigo 2000c), aunque sí quisiera concluir señalando algunas importantes carencias en la formación de los futuros periodistas.

Algunos límites del trabajo periodístico

Los periodistas como los sociólogos o los antropólogos son intérpretes del acontecer social. Sin embargo, su trabajo intelectual y productivo es bien distinto. Los periodistas como los científicos sociales llevan a cabo una actividad de producción de conocimiento, pero la equiparación entre ambos es engañosa (Rodrigo 1999b: 176-180). Así, por ejemplo, el sociólogo es un pensador que puede plantearse los problemas epistemológicos y metodológicos de su propio trabajo, mientras que el periodista aparece como una persona de acción que debe producir un discurso con las limitaciones del sistema productivo en el que está inserto. No voy a analizar en profundidad la realidad que construyen los medios de comunicación (Luhmann 2000), simplemente comentaré algunos aspectos concretos de la práctica periodística.

El antropólogo Ulf Hannerz (1996:181-201) hace una comparación entre los corresponsales y los antropólogos y descubre notables diferencias entre unos y otros. Un elemento muy determinante en el trabajo periodístico es el tiempo de producción informativo. Los medios de comunicación, 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 unos espacios enormes. Así, los periódicos abarcan áreas geográficas enormes, incluso continentes, con un solo corresponsal. ¿Cómo puede un corresponsal, con un mínimo de fiabilidad, cubrir toda Sudamérica? Por su parte, un antropólogo puede dedicarse a estudiar un aspecto muy concreto de una cultura, por ejemplo la pelea de gallos en Bali, permaneciendo en una pequeña zona durante un período prolongado.

Otra diferencia es que el antropólogo suele trabajar solo, mientras que los periodistas 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. Quizás no se pueda afirmar categóricamente que el trabajo periodístico sea un trabajo colectivo, a excepción de los equipos de televisión, pero sí que tiene frecuentes interacciones con otros profesionales.

Además, el periodista recibe, en relación a su producción interpretativa de la realidad, un *feedback* bastante rápido, 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. Los científicos sociales, aunque trabajen en equipo y puedan producir *papers* sobre la investigación en curso, tienen un *feedback* menor y, quizás, menos condicionante.

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 en explicaciones culturales con el espacio o tiempo limitado que tiene para dar la información? Además, ¿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?

Otra diferencia la podemos encontrar en el propio discurso. El periodismo informativo construye un discurso necesariamente asertórico. La clásica dicotomía periodística entre hechos y opiniones hace que muchas informaciones se enuncien como verdades de hecho. El discurso de las ciencias sociales suele ser mucho más prudente y cauto con los mismos hechos, o mejor dicho con su interpretación. Así se construye un discurso más dubitativo y defensivo que, implícitamente, reconoce su aproximación parcial al fenómeno estudiado.

Un último elemento que explica el trabajo periodístico es su destinatario. Los antropólogos suelen escribir pensando en otros especialistas no necesariamente de su propia cultura, mientras que el periodista tiene una audiencia que necesita comprender, de acuerdo con sus propios marcos de referencia, lo que acontece en contextos muy distantes y distintos. Cuando reciben el material informativo, los medios de comunicación para hacer los acontecimientos comprensibles los adaptan a los patrones culturales de su audiencia. A pesar 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 cognitivo 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. Antes de entrar más a fondo en este último punto me gustaría recordar que sólo hay que dar una ojeada a los periódicos de distintos países para apreciar que tienen un diferente horizonte espacial cognitivo y emotivo. Es decir que 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 quería 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. No me voy a centrar en el tema de la identidad masculina y la identidad femenina (Vázquez Medel 1999), pero en este ámbito la historia nos proporciona notables ejemplos de la "deficiencia" femenina que debía

ser tutelada por la "magnificencia" masculina (Rodrigo 2000b). Por contra me centraré en cómo se construyen estos prejuicios y estereotipos.

En ocasiones detrás del adjetivo "étnico" uno tiene la sospecha 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 del periodismo actual, en un intento de ser mucho más respetuoso con las minorías étnicas.

Es difícil que en cualquier tipo de comunicación, y en especial en la comunicación periodística, no se hagan servir eventualmente estereotipos y prejuicios. En muchas ocasiones esto se denuncia como un indicio de una manifestación ideológica "políticamente incorrecta" del que los utiliza, más o menos inconsciente. Puede ser cierto que en algunos estereotipos y prejuicios haya una actitud racista, pero no siempre es así (Rodrigo 2000e). Evidentemente no se trata de hacer una defensa de la utilización de prejuicios y estereotipos, lo que pretendo es clarificar este fenómeno.

¿Para qué sirven los prejuicios y los estereotipos?

El ser humano necesita, para poder vivir, dotar de sentido a lo que le rodea. La creación de sentido es una necesidad ineludible para el ser humano. Decir que lo que no tiene sentido no es suponer, quizás, caer en un determinismo lingüístico exagerado, aunque pueda ser cierto para una postura subjetivista. De todas formas debemos hacer algunas aclaraciones. En primer lugar, no hay que pensar que la creación de sentido es un proceso exclusivamente racionalista, las emociones coadyuvan a dar sentido a la realidad. Así podríamos recordar que no hay razón sin emoción y no hay emoción sin razón. En segundo lugar, aunque no vamos a seguir esta derivación, hay que reconocer la existencia de lo inefable. Es decir, aquello que es sentido, pero a lo que no le podemos dar un sentido comunicable y que por ello no es fácilmente expresable.

La creación de sentido es una operación compleja cognitiva y emotiva en la que interviene el bagaje enciclopédico (*background*) y que podríamos

denominar su universo referencial. ¿Cómo se ha constituido este universo referencial simbólico de la persona que va a posibilitar la creación de sentido? Nos encontramos ante un proceso social e individual, en definitiva biográfico. El proceso continuo de socialización es un factor determinante en la construcción del universo referencial. Éste se va conformando gracias a los materiales significantes que el/los contexto/s cultural/es pone/n a su alcance y que la persona experimenta de forma singular. Es decir que, aunque la construcción de sentido está enraizada en la socialización de unas competencias colectivas, la interpretación es en esencia un acto individual aunque con una base social. Quizás un ejemplo pueda aclararnos mejor este punto. Si yo preguntara al lector qué es para él un padre, evidentemente aquellos lectores con los que comparto esta lengua y unos referentes culturales comunes me entenderían. Esta sería la parte social. Pero que duda cabe que cada uno de estos lectores lleva a cabo una interpretación que está mediatizada, entre otros elementos como los modelos de paternidad que conozca y por la imagen de su padre que seguramente es distinta en cada lector, incluso aunque tengan el mismo padre. Así pues el universo referencial que permite la construcción de sentido es una matriz de significado individual que tiene una fundamentación social.

Una vez hemos visto, simplifícadamente, su proceso de constitución podríamos plantearnos su contenido. Evidentemente acometer la descripción del contenido del universo referencial de una persona es una tarea muy difícil, a menos que esquematicemos una realidad muy compleja. Nos encontramos con un contenido heteróclito y homogéneo, paradójico y coherente, fijo y mutable que está compuesto de sentido común y de conocimientos científicos, de razón y de pasión, de valores y de datos, de *logos* y *mythos*, de juicios y de prejuicios, de estereotipos y de un largo etcétera. Yo me centraré en una parte de dicho contenido que son los prejuicios y los estereotipos.

Así pues los prejuicios y los estereotipos forman parte de nuestro universo referencial que permite que construyamos nuestro sentido. Además hay que tener en cuenta que, en ocasiones, los prejuicios y los estereotipos nos sirven como un instrumento que nos ayuda a reducir la complejidad de la realidad o a dar sentido a realidades de las que tenemos poca información. Por tanto los estereotipos y los prejuicios calman nuestra ansiedad e incertidumbre ante la falta de sentido de una situación. Quizás por ello todos tenemos

estereotipos y prejuicios. Esta constatación nos obliga a hacer una serie de consideraciones. Todos tenemos un universo referencial, más que menos etnocéntrico, en el que habitan estereotipos y prejuicios que hemos ido adquiriendo mediante la lengua, la interacción comunicativa y nuestras vivencias. Esto no debe llevarnos a un proceso constante de autoinculpación. La autoflagelación no es la mejor actitud que se puede adoptar, sobre todo si tenemos en cuenta que no todos los estereotipos y los prejuicios son iguales, como veremos más adelante.

Antes de seguir adelante quizás debería definir los términos de los que estoy tratando. Un prejuicio es simplemente una creencia u opinión preconcebida. Es decir, es una idea que se tiene antes de que la situación nos demande su elaboración. De esta forma apenas tenemos que hacer un esfuerzo en dar sentido a la circunstancia porque el sentido ya lo tenemos previamente elaborado, se trata de aplicarlo casi mecánicamente sin demasiado esfuerzo. La palabra estereotipo viene del procedimiento de impresión denominado estereotipia, que es la reproducción a partir de un molde. Así, se trata de aplicar una concepción a una circunstancia, a una realidad determinada, a partir de un molde prefigurado, sin tener demasiado en cuenta si se trata del molde adecuado o no para interpretar dicho fenómeno.

Como puede apreciarse, estereotipo y prejuicio son conceptos muy similares. Quizás prejuicio es una noción más amplia ya que puede referirse a muchas realidades distintas, mientras que el estereotipo se refiere más concretamente a las realidades humanas. Así, por ejemplo, una persona puede tener el prejuicio que los perros con los ojos azules son más inteligentes que los que tienen ojos negros, pero difícilmente diremos que se trata de un estereotipo. Otra diferencia que podríamos apuntar es que si bien el prejuicio puede ser individual para que éste se convierta en un estereotipo es necesario que sea compartido por el grupo. En definitiva, determinados prejuicios socializados se convierten en estereotipos. Así “un estereotipo es un conjunto estable de creencias y de ideas preconcebidas que los miembros de un determinado grupo comparten sobre las características de otros grupos. El concepto de estereotipo ha perdido poco a poco su connotación inicial de irracionalidad y prejuicio; por ello el estereotipar es considerado actualmente un proceso cognitivo normal por el cual las personas construyen esquemas para

categorizar a las personas e instituciones y así evitar la ‘sobrecarga de información’ ” (Guirdham 1999: 161). Precisamente una de las características de la sociedad de la información es la sobrecarga de información que padecemos. Así pues, ante esta tendencia, más que nunca hay que estar atentos a la utilización de estereotipos y prejuicios.

Algunos autores han apuntado que los prejuicios son “predisposiciones negativas hacia un grupo de gente que ha sido estereotipado a partir de unas características simples basadas en una información incompleta” (O’Sullivan et al. 1994:240). Como puede apreciarse, esta definición se aproxima mucho a la de estereotipo. Por esto, o se utilizan como sinónimos o se intenta diferenciar ambos conceptos, como he hecho. Por mi parte considero, como ya he dicho, que el concepto de prejuicio es una categoría más amplia que la de estereotipo. En cualquier caso no voy a entrar en una discusión terminológica ya que no es el propósito de este trabajo. Con la anterior definición de prejuicio podría estar de acuerdo si hacemos algunas precisiones. En primer lugar, no siempre son predisposiciones negativas. En segundo lugar, no siempre el acceso a una información bastante completa implicará la desaparición del prejuicio. Más bien nos encontramos ante una serie de ideas preconcebidas sobre individuos o grupos que pueden ser positivas o negativas. En el caso de prejuicios sobre un individuo, estos pueden transformarse en juicios después de tener una información completa de la persona y de ejercer un juicio crítico, autocrítico y ponderado. Ahora bien, dudo que sea fácil llevar a cabo un juicio ponderado sobre un grupo determinado. Si ya es difícil emitir un juicio crítico sobre el grupo cultural al que uno pertenece, es fácil imaginar que sobre los otros grupos culturales la dificultad aumenta. Sin embargo, la comunicación intercultural debe desarrollar y gestionar identidades culturales construidas de esta manera (Rodrigo 2000a).

Aunque los prejuicios se basan en una información parcial y deficiente, no siempre el acceder a nueva información implica cambiar este prejuicio. Es curioso lo resistentes que son al cambio las ideas preconcebidas, incluso cuando se enfrentan a una nueva información que no se ajusta al estereotipo. Así nos encontramos que, por ejemplo, se puede dar el caso que a la primera persona alemana que conozcamos en nuestra vida le digamos impunemente “¿Sabes que no pareces alemán?” Y decimos esto, no porque hayamos hecho

un profundo estudio sobre el alma del pueblo alemán, sino simplemente porque aquella persona no se ajusta al estereotipo que tenemos de los alemanes. Así, antes de cambiar nuestros prejuicios, preferimos convertir lo que no se ajusta a ellos en una excepción. Además, en muchas ocasiones, los prejuicios dan lugar a una percepción selectiva de la realidad que sólo se fija en aquellos elementos que corroboran el estereotipo o sencillamente interpreta sesgadamente el acontecer en este mismo sentido.

Hasta ahora hemos visto que los estereotipos ayudan a crear un cierto orden en el complejo universo de nuestra sociedad. Un estereotipo simplifica la realidad y nos permite clasificar los fenómenos casi inmediatamente, sin obligarnos a analizarlos detenidamente, sin necesidad de replantearnos la calidad de nuestro universo referencial. Muchos de estos estereotipos son prejuicios etnocéntricos, hasta cierto punto inevitables. No todo el mundo tiene un conocimiento policéntrico. ¿Cuántas personas no musulmanas serían capaces de explicar lo que significa la *ummah*? Además no se trata sólo de tener algunas nociones sobre el Islam, tengamos en cuenta que “La noción de comunidad islámica o *ummah* no tiene equivalente en el pensamiento o en la experiencia histórica occidental” (Mowlana 2000: 179).

Fijémonos que si tratáramos de explicar una noción no compartida, habríamos de buscar cuáles son los conocimientos compartidos que se aproximan más a la nueva noción y hacer una analogía. Esto necesariamente implicará una simplificación y mixtificación de la noción, pero se hace por mor de una mayor comprensibilidad. No quisiera caer en la impotencia y desesperanza de una postura que apunta a la inconmensurabilidad de las culturas y que por ello, en última instancia, negaría la posibilidad de la comunicación intercultural (Rodrigo 1999a: 107-113). Solamente deseo apuntar que los estereotipos y los prejuicios pueden ser, por su propia esencia, un obstáculo para una mejor comprensión de determinadas realidades. Pero tampoco hay que pensar que todos los prejuicios y estereotipos tienen terribles consecuencias negativas.

Los tipos de los estereotipos y los juicios de los prejuicios

Hay una cierta tendencia a atribuir a los prejuicios y estereotipos una gran negatividad, como hemos podido ver en una de las definiciones dadas. Es

cierto que son negativos porque se trata de generalizaciones no fundamentadas y, por ello, son una forma de conocimiento muy precaria. Efectivamente es negativo, o como mínimo erróneo, atribuir a una persona las supuestas características del grupo al que se le atribuye su pertenencia. Pero no siempre tienen por qué tener un contenido negativo. Hay distintos tipos de estereotipos y los prejuicios pueden dar lugar a distintos juicios. Simplificando de nuevo podríamos decir que, por su contenido, los estereotipos y los prejuicios pueden ser: positivos, neutros y negativos. Creer que las andaluzas son guapas es evidentemente positivo. Considerar que todos los madrileños comen siempre cocido madrileño, además de una redundancia, se podría aceptar que es neutro. Tener la osadía de pensar que los catalanes son tacaños, además de negativo, es evidentemente falso. Bromas aparte, es claro que no siempre los prejuicios o los estereotipos que tenemos sobre otros grupos son negativos. Ahora bien, también es lógico que sean éstos los que sean más preocupantes y a los que los periodistas deben dedicar una mayor atención.

Los estereotipos y prejuicios negativos sirven para justificar, en muchas ocasiones, los privilegios y las diferencias intergrupales, ya que no solo se utilizan para dar sentido de forma instantánea sino también para clasificar de acuerdo a un orden social. A determinados grupos se les estereotipa de forma negativa y así se alimenta una actitud discriminatoria y de exclusión. Además, hay que ser conscientes que los prejuicios y los estereotipos se utilizan también para definir los límites del propio grupo. Así, frente a la negatividad ajena se realza la positividad propia. En definitiva, se está construyendo la superioridad de un grupo sobre otro. Por ello, la cultura de un grupo es considerada moral y culturalmente más valiosa que la otra. Esto supone la incapacidad de reconocer que la diferencia no implica la inferioridad de los grupos diferenciados. Todo ello puede alimentar actitudes xenófobas, racistas y etnocéntricas.

El etnocentrismo es de hecho, al igual que los prejuicios y los estereotipos, una forma de dar sentido a la diversidad. La diversidad pone en cuestión nuestra forma de entender la realidad. El etnocentrismo nos permite adecuar lo ajeno a lo propio, unificar lo diverso, amoldar lo diferente a nuestro universo referencial. Por supuesto puede ser negativo (Rodrigo 1999a:82-86)

pero también es uno de los instrumentos que tenemos para dar sentido a un mundo cada vez más complejo e intercultural. Uno de los objetivos de mi exposición, como ya apunté al principio, es que los periodistas no se sientan siempre bajo sospecha a la hora de realizar su trabajo. Como afirma Martiniello (1998:85) "Hay quien pretende erigir el multiculturalismo en dogma. En Estados Unidos, por ejemplo, varios profesores que siempre se habían mostrado respetuosos con las minorías y el multiculturalismo han sido llevados ante los tribunales por pronunciar palabras "políticamente incorrectas" presuntamente ofensivas para las minorías raciales o sexuales". Un periodista no debe sentirse permanentemente bajo sospecha, so pena de caer en una inseguridad insoslayable ante el temor de no ser "políticamente correcto" en sus informaciones. Se trata simplemente que, como cualquier otro trabajador, procure mejorar cada día su trabajo, a pesar de las dificultades que conlleva.

Por un periodismo más comprensivo

Un prerrequisito para mejorar la práctica periodística es tener una visión crítica sobre el propio trabajo. En relación a la información española sobre el Magreb, Buisef (1994: 18) señala que principalmente las informaciones que se publican en España hacen referencia a muertes, guerras, tragedias, represión... y que "lo malo de ello es que se dirigen muchísimo más a los sentidos que a la razón, acercándose más a seculares estereotipos que a una comprensión (o al menos intento de comprensión) de las poblaciones de las que hablan". Como han señalado algunos autores (Sitaram y Cogdell 1976: 159) los medios de comunicación "(...) han desarrollado unas técnicas para decir más en menos espacio. Una de estas técnicas es el uso de estereotipos". Mediante los estereotipos, a los medios de comunicación les es más fácil comunicarse con sus audiencias, aunque esto crea malentendidos con los pueblos estereotipados. Así, por ejemplo, Balta (1994:31) recoge los cuatro estereotipos que los europeos tienen de los árabes: el terrorista, el pobre trabajador inmigrante, el rico Emir del Golfo y el integrista fanático. Análisis recientes (Giró 1999) ponen de manifiesto que el tratamiento periodístico que usa estereotipos descalificantes sigue dándose en la prensa española. Sin embargo, hay que apuntar que desde distintas instituciones se hacen esfuerzos para superarlos. Así el Colegio de Periodistas de Cataluña en su comisión "Medios y Xenofobia" propuso, en 1998, un manual de estilo que pretende superar estas tendencias en el tratamiento

periodístico (Comissió Mitjans i Xenofòbia 1998). No voy a valorar el contenido del manual detalladamente. Simplemente recogeré y comentaré los elementos más interesantes de las recomendaciones que proponen. Lo que sí quisiera destacar es que la propia organización colegial de los periodistas catalanes ha tomado conciencia del problema que estamos analizando. En relación a las recomendaciones quisiera comentar lo siguiente:

1. Se pide no 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, p.91): "Una mujer negra asesina a otra, blanca, para extraerle el feto y... así, tener un hijo".

Seguramente el ejemplo reseñado es un caso extremo y en otros casos es más difícil señalar cuando 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?".

2. Se solicita evitar las generalizaciones, los maniqueísmos y la simplificación de las informaciones. Además hay que tener en cuenta que los residentes extranjeros no comunitarios son tan poco homogéneos como los autóctonos.

En este mismo sentido Chaffee (1992: 41-42) señala que muchas de las noticias que reciben las audiencias norteamericanas no se refieren ni tan siquiera a naciones sino a grupos de naciones. Así se habla de los países islámicos, el África Negra, el Tercer Mundo, etc. Además en estas agrupaciones se da un fuerte y maniqueo componente afectivo: unos son considerados "buenos" y otros "malos".

En ocasiones en la prensa española se da un tratamiento simplificador, homogeneizador y criminalizador de las minorías étnicas. 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. 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. En el *Diccionario del español actual*, de Seco, Andrés y Ramos, 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"? ¿Qué imagen de sí mismo puede tener un colectivo cuando los medios de comunicación de la sociedad receptora los denomina "los ilegales"?

3. Se propone no potenciar las informaciones negativas ni las sensacionalistas. Se trata de evitar crear inútilmente conflictos y de dramatizarlos. Según este documento habría que potenciar la búsqueda de noticias positivas sobre las minorías étnicas.

Veamos un ejemplo bastante claro. 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, p.39). Seguramente nos encontramos ante un titular impactante, pero no es el más feliz. Como se ha puesto repetidamente en evidencia, en la prensa española, hay un tratamiento muy discriminador de determinados inmigrantes con claros casos de xenofobia (Giordano 1996). Pero no se trata de un problema exclusivo de la prensa española. En una investigación (Rodrigo y Martínez 1997) sobre el tratamiento periodístico de las minorías étnicas en ocho diarios de elite europeos se pone de manifiesto que todos ellos asocian principalmente las noticias sobre minorías étnicas con conflictos. Por el contrario, apenas aparecían aspectos culturales relacionados con las minorías étnicas.

4. Se apela a la responsabilización de los profesionales del periodismo. Se apunta incluso a la necesidad de una cierta militancia en este sentido.

Por mi parte no voy a abundar en esta postura un tanto voluntarista. Creo que el trabajo que debe realizarse no sólo corresponde a los periodistas sino a la sociedad en su conjunto. Considero que la crítica bien entendida debe empezar o acabar, como en este caso, con una autocrítica. Como profesor universitario

pienso que la universidad debe plantearse su responsabilidad en la formación de los futuros profesionales de la comunicación en la perspectiva que nos ocupa. Recogeré aquí algunas de las propuestas que ya se han formulado en otro lugar (Martínez y Rodrigo 1997). En primer lugar, se debe sensibilizar a los estudiantes ante los retos de la multiculturalidad. Si nos fijáramos en las bibliografías que utilizamos en nuestra docencia se vería que, en España, hay un gran predominio europeo y norteamericano, con alguna referencia latinoamericana. Implícitamente se pone de manifiesto que el saber corresponde a determinados países. En segundo lugar, hay que ofrecer instrumentos de reflexión y de crítica que permitieran a los estudiantes ver donde están los obstáculos prácticos que pueden encontrar los periodistas a la hora de elaborar una información que evite los prejuicios xenófobos. En tercer lugar, se deben ofrecer instrumentos para la acción efectiva en su trabajo futuro. Evidentemente, no se trata de formar antropólogos, ya que se trata de profesiones distintas. Pero uno de los ámbitos más importantes de la comunicación en la actualidad es el de la comunicación intercultural (Rodrigo 1999a) y, desgraciadamente, en las Facultades de Ciencias de la Comunicación o de la Información no se le da la importancia que merece. En dichas facultades se puede detectar fácilmente un gran interés por las nuevas tecnologías de la información y por la globalización pero, por el contrario, no se descubre la misma sensibilidad hacia la interculturalidad. No quiero creer que los universitarios hemos caído en un papanatismo tecnológico. Más allá de una cierta fascinación por Internet, creo que todos estamos de acuerdo sobre la importancia de la nueva sociedad de la información (Rodrigo 2000d). Pero no tener en cuenta los efectos sociales e interculturales que se producen en ella (Castells 1998) es caer en un tecnologismo huero. Además, como apunta García Canclini (1999), la otra cara de la globalización es la interculturalidad. ¿Cómo podemos pretender que los periodistas no caigan en la trampa del etnocentrismo si desde la universidad se da la espalda al estudio de la comunicación intercultural?

Referencias bibliográficas

Balta, P. (1994): "Los medios y los malentendidos euroárabes", en J. Bodas Barea y A. Dragoevich (eds.) *El Mundo Árabe y su imagen en los medios*. Madrid, Comunica, pp. 30-44.

- Buisef, D. (1994): "Medios de comunicación y visiones del Magreb. La percepción Norte/Sur en la prensa española", en *Voces y Culturas* nº 6, I semestre, pp. 11-21.
- Castells, M. (1998): *La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura. Vol.2 El poder de la identidad*. Madrid, Alianza.
- Chaffee, S. H. (1992): "Search for Change: Survey Studies of International Media Effects", en F. Korzenny, S. Ting-Toomey y E. Schiff (eds.) *Mass media effects across cultures*. Londres, Sage, pp.35-54.
- Comissió Mitjans i Xenofòbia (1998): *Manual d'estil*. Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, (sin pie de imprenta).
- García Canclini, N (1999): *La globalización imaginada*. Buenos Aires, Paidós.
- Giró, X. (coord.) (1999): *La premsa i el sud: informació, reptes i esquerdes*. Barcelona, SOLC.
- Giordano, E. (1996): "Propaganda racista y exclusión social del inmigrante", en *Cuadernos de Información y Comunicación* nº12, pp.167-178.
- Guirdham, M. (1999): *Communicating across Cultures*. Londres, Macmillan Business.
- Hannerz, U. (1996): *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid, Cátedra.
- Luhmann, N. (2000): *La realidad de los medios de masas*. Barcelona, Anthropos.
- Martínez Nicolás, M. y Rodrigo Alsina, M. (1997): "La informació en una societat multicultural: el paper de la universitat en la formació dels futurs periodistes", en *Trípodos* nº3, pp.109-116.
- Martiniello, M. (1998): *Salir de los guetos culturales*. Barcelona, Ediciones Bellaterra.
- Mowlana, A. (2000): "The end of diversity?", en *Trípodos. I Congrés Internacional Comunicació i Realitat*, número extra, pp.171-182.
- O'Sullivan, T. et al. (1994): *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. Londres, Routledge.
- Rodrigo Alsina, M. (1992): "Los medios de comunicación social ante la futura Europa", *Anàlisi* nº14, marzo, pp.209-217.
- Rodrigo Alsina, M. (1999a): *Comunicación intercultural*. Barcelona, Anthropos.
- Rodrigo Alsina, M. (1999b): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.

Rodrigo Alsina, M. (2000a): *Identitats i comunicació intercultural*. Valencia, Edicions 3i4.

Rodrigo Alsina, M. (2000b): "Prólogo: Identidades de género", en M. Lozano *Las imágenes de la maternidad. El imaginario social de la maternidad en Occidente desde sus orígenes hasta la cultura de masas*. Alcalá de Henares (Madrid), Centro Asesor de la Mujer, Publicaciones del Ayuntamiento de Alcalá de Henares, pp.9-12.

Rodrigo Alsina, M. (2000c): "De la teoría a la metateoría: consideraciones temáticas y docentes", en *Universitat i periodisme. Actes de les jornades de discussió sobre continguts acadèmics i docència a la llicenciatura de periodisme*. Bellaterra (Barcelona), Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, pp.181-193.

Rodrigo Alsina, M. (2000d): "La comunicación en la encrucijada de la sociedad de la información", en *Sphera Pública* nº0, pp.85-97.

Rodrigo Alsina, M. (2000e): "Estereotips i prejudicis en la comunicació intercultural", en *DCIDOB* nº77, diciembre, pp.8-11.

Rodrigo Alsina, M. y Martínez Nicolás, M. (1997): "Minories ètniques i premsa europea d'elit", en *Anàlisi* nº 20, pp.13-36.

Siteran, K.S. y Cogdell, R.T. (1976): *Foundation of Intercultural Communication*. Columbus (Ohio), Charles E. Merrill.

Van Dijk, T. A. (1991): *Racism and the Press*. Londres, Routledge.

Vázquez Medel, M.A. (1999): *Mujer, Ecología y Comunicación en el nuevo horizonte planetario*. Sevilla, Mergablum.