

Comunicación intercultural para la formación de periodistas

Estrella Israel Garzón *

Este estudio se centra en la búsqueda de fórmulas para propiciar el periodismo que denominamos intercultural. En realidad no es un periodismo acotado a una temática o a una sección de la actualidad sino una apuesta por un periodismo de calidad en un mundo complejo y convergente donde la interculturalidad como pauta se configura como una necesidad creciente.

Comunicar la diferencia es un proceso complejo, sobre todo porque requiere voluntad de interacción y superación de prejuicios y estereotipos. Además de las variables explícitas o visibles como el color de la piel o el lenguaje es posible desvelar un abanico de indicadores que incluyen desde la comunicación no verbal hasta las nociones de espacio y tiempo entre personas pertenecientes a distintos orígenes o situaciones culturales.¹

La propuesta de periodismo intercultural reside tanto en la actividad ejercida por los periodistas en aquellos lugares a los que acuden como corresponsales, especialmente en zonas de conflicto, como en los encuentros que se establecen en el propio medio. En el primer apartado destacan los trabajos de Kenneth Stark,² cuya actividad se centra en formar a los periodistas a conocer otras culturas para desarrollar adecuadamente su trabajo.

Galtung y Ruge,³ en su estudio clásico sobre la información internacional analizan el reflejo en cuatro diarios de tres conflictos internacionales en Congo, Cuba y Chipre en la década de los sesenta. En la discusión incorporan los principales factores que favorecen la selección informativa: tiempo ajustado al medio, magnitud del acontecimiento, proximidad cultural, claridad/ausencia de ambigüedad, consonancia, imprevisibilidad, continuidad, composición y valores socioculturales. Este último criterio selectivo condiciona todos los anteriores.

También hay que pensar cómo el valor drama se ha constituido en criterio de selección informativa. Así lo señalan Westerstahl y Johansson cuando reflexionan sobre los tres criterios básicos de la selección de noticias internacionales: importancia, proximidad y drama.⁴

Los editores y redactores jefe se sitúan en una encrucijada cuando se debaten entre la información de calidad y la necesidad de realizar un producto rentable. La *vivid new* o la noticia-testimonial se transforma en un elemento de subjetivización del discurso periodístico y frente a la clásica tercera persona, surge con fuerza el testimonio personal cargado al mismo tiempo de recursos de connotación y dramatización.

El segundo ámbito del periodismo intercultural es el que se realiza sobre los acontecimientos en los que tiene un protagonismo informativo mujeres y grupos minoritarios. Es una actividad que no se define tanto por los espacios en los que se desarrolla como por la mirada hacia los otros, los diferentes, en ese complejo reto de re-conocer como iguales a los distintos.

Se trata, pues, de una postura activa con respecto a la existencia y reconocimiento de la diversidad individual, grupal y cultural y del derecho a la diferencia para propiciar campos comunes para el diálogo y la solidaridad.

De acuerdo con Herrero Aguado cuando afirma “El periodismo es un humanismo, una actividad crítica, un concepto intelectual de la vida y de la historia: olvidan esto quienes sólo lo ven como un oficio o profesión y a ello contribuyen quienes sólo lo ven y lo viven como un oficio o profesión”.

La educación en el denominado periodismo intercultural requiere dos puntos de arranque: un talante pluralista intrínseco en las realidades múltiples que cubre el informador y el análisis del discurso periodístico cuando son objeto de información, ya sean las mujeres o las minorías étnicas, sexuales, culturales

Desde hace al menos una década los que trabajamos en el terreno de la formación de periodistas consideramos la necesidad de incorporar la clave intercultural en el periodismo. En este sentido Sitaram y Codgell dan algunas pautas éticas para aproximar posiciones, por ejemplo el comunicador intercultural no debe juzgar los valores, creencias y costumbres de otras culturas, de acuerdo con sus propios valores. También es necesaria la apertura para comprender las bases culturales de otros pueblos y no crear atmósferas que contribuyan al refuerzo o transmisión de estereotipos. Especialmente, los medios de comunicación deben evitar la elaboración de imágenes falsas, inapropiadas o insultantes de otros pueblos para conseguir intereses o necesidades propias.

También hay que incorporar los argumentos de Rodrigo Alsina que propone un cambio de mirada hacia las culturas ajenas entre los que destacan la conciencia del propio punto de vista etnocentrista, la eliminación de los estereotipos, la capacidad de crear una relación de empatía e incluso desarrollar la capacidad de metacomunicarse y concluye “el diálogo intercultural debe realizarse dentro de la mayor igualdad que sea posible”.

Base teórica: comunicación intercultural

Con el pionero de la comunicación intercultural, Hall, coincidimos a la hora de caracterizar la comunicación como cultura y la cultura como comunicación. La cultura es el medio de comunicación del hombre. Desde esta perspectiva no existe ningún aspecto de la vida humana que la cultura no toque o altere.

La comunicación intercultural puede ayudar a crear una atmósfera que promueva la cooperación y el entendimiento entre las diferentes culturas y posee características especiales que le pueden permitir realizar tal función. Estas características son: sensibilidad a las diferencias culturales y una apreciación de la singularidad cultural: tolerancia para las conductas de comunicación ambiguas; deseo de aceptar lo inesperado; flexibilidad para cambiar o adoptar alternativas y expectativas reducidas respecto a una comunicación efectiva.

Nobleza Asunción-Lande define la comunicación intercultural como el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias culturales reconocidas en las

percepciones y formas de conducta, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro.⁵

Los objetivos de su estudio incluyen la comprensión del impacto de la cultura sobre la comunicación; el desarrollo de la capacidad y habilidad de percibir puntos de vista alternativos y las posibilidades para realizar investigaciones en contextos interculturales y multiculturales, y para interpretar los resultados de los estudios empíricos en el área.

Tradicionalmente, la comunicación intercultural se establece cuando emisor y receptor pertenecen a culturas diferentes. Más concretamente, es el proceso que se desarrolla cuando los patrones de encodificación y decodificación son significativamente diferentes, a causa de las diferencias culturales".⁶

Su particularidad estriba en que las personas que conviven en un territorio y en un tiempo concretos desarrollan, gracias a la tradición de determinadas formas de comunicación, semejanzas típicas que les diferencian de las que no pertenecen a ellas. Este es uno de los significados, pero la comunicación intercultural ha ampliado sus campos de trabajo a la comunicación internacional, interétnica e intergrupala.

El desarrollo tecnológico, los transportes, la satelización, la industria audiovisual fue descubriendo nuevas culturas en la década de los 70. Se produce un aumento en el número de naciones del denominado Tercer Mundo. Al mismo tiempo en los EEUU, aparecen con fuerza nuevas y diversas culturas, subculturas y grupos en conflicto respecto al modelo dominante. Negros, hispanos, mujeres, personas mayores, homosexuales, pobres...obligaron a la apertura del modelo dominante construido sobre el miedo, la ignorancia, la apatía y el prejuicio.⁷

La investigación en comunicación intercultural a lo largo de los años 80 muestra como la comunidad internacional es cada vez más interdependientes. Esta interdependencia pivota en torno al debate sobre el nuevo Orden Mundial de la Comunicación e Información así como el papel de la comunicación en el desarrollo nacional.⁸

La perspectiva emergente al inicio de la década de los 90 es la interétnica⁹ así como los estudios sobre comunicación intercultural en los niveles interpersonal, organizacional y de masas.

Ya en el siglo XXI en una sociedad, como la denominaría Echevarría, reticular, la interconexión tecnológica es una realidad, sin embargo las posibilidades de intercambio dependen en gran medida de los usos que se realicen sobre las tecnologías.

El argumento básico de la comunicación intercultural que la distingue de los restantes tipos es el relativamente alto grado de diferencia en los respectivos backgrounds de los comunicadores, debido a las diferencias culturales.

Tres indicadores fundamentales: la pertenencia grupal de los comunicadores, el contexto social en el que la comunicación intercultural se desarrolla y el canal a través del cual los mensajes de la comunicación intercultural son transmitidos.¹⁰

En este contexto es necesario aproximar posiciones, más allá de la diferencia cultural. Los sentidos de lo intercultural son variados y polémicos. desde considerarla una falacia hasta el hecho de que la reivindicación de lo intercultural pueda crear un nuevo sectarismo.

La expresión comunicación intercultural se presta a imágenes engañosas. Lo que entra en contacto no son culturas o identidades nacionales: la comunicación implica siempre a personas que son las que vehiculan y mediatizan las relaciones entre culturas, por tanto por comunicación intercultural hay que entender en primer lugar las relaciones que se establecen entre personas o grupos pertenecientes a culturas diferentes. Estas personas que se relacionan traen consigo representaciones, valores, códigos, estilos de vida, modos de pensar propios de cada cultura.

Los partidarios de la comunicación intercultural consideran cuatro ventajas iniciales. La primera es la satisfacción que acompaña el descubrimiento de algo nuevo, por ejemplo la curiosidad e interés por una ceremonia de otra creencia religiosa distinta a la propia. La segunda ayuda a resolver problemas antes de que aparezcan, por ejemplo en la escuela. El tercero estaría en el ámbito organizacional, determinadas instituciones, organizaciones internacionales, políticas, educativas, comerciales, de turismo., necesitan personas con un talante intercultural y finalmente, la cuarta, la comunicación interpersonal ofrece oportunidades para el desarrollo de la autopercepción y la comprensión.¹¹

Cisneros considera que es el proceso mediante el cual los miembros de una cultura, respetuosamente intercambian conocimientos y experiencias con los miembros de otra cultura, a fin de encontrar soluciones para sus respectivas necesidades vitales, sean éstas de tipo material o simbólico.

La comunicación intercultural se nutre también de los contactos inevitables . Que la realidad es multicultural, plural y diversa es un hecho, un punto de partida. Intentar que sea intercultural pasa por desarrollar dispositivos comunicativos interculturales. La diferencia no molesta, enriquece. Conocer al otro cualquiera que sea su origen, sexo, condición o etnia, es un acto de comunicación.

Desde este planteamiento, se defiende la coexistencia, la tolerancia y la interacción entre los seres humanos. La interculturalidad-como cualidad- entra en contacto con conceptos como diversidad cultural, identidad cultural-intercambio cultural y en el otro polo, entendidos como "ruidos", imposición cultural y discriminación cultural.

Detección de ruidos interculturales

Los ruidos interculturales son distorsiones que se producen en la representación informativa de los otros, es decir en la construcción informativa de la diferencia.

Cuestionar el relato de los medios y detectar ruidos periodísticos favorece la interculturalidad. Estamos ante un nuevo dispositivo para mejorar el quehacer profesional en la difícil tarea de narrar la actualidad con honestidad, equilibrio y respetando las reglas del juego.

Los ruidos mediáticos están relacionados con la producción y también la recepción. Los medios de comunicación pueden desempeñar un importante papel en la integración social, aunque esta función que desde su perspectiva positiva significa unir esfuerzos para que los medios de comunicación nos hablen del mundo significativo para nosotros, facilitar el acceso a la diversidad de mensajes que necesiten todas las personas, grupos o naciones para conocer y comprenderse mutuamente y para entender las condiciones, puntos de vista y aspiraciones de los demás.¹² También puede tener un polo negativo, en la medida que un exceso de integración destruya las diferencias culturales.

Por tanto, la presencia de grupos minoritarios en los medios ha estado históricamente reproduciendo determinados patrones vigentes, definidos como prejuicios y estereotipos negando, ridiculizando y obviando el derecho a la diferencia. La tendencia uniformizadora puede llegar a negativizar las peculiaridades culturales.

En la imagen que proyectan los medios sobre las minorías reside en buena medida la consideración sobre las mismas. De ahí que la teoría de la responsabilidad social hiciera una referencia expresa a que los medios deben evitar todo lo que resulte ofensivo para las minorías étnicas o religiosas. Deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de la sociedad, concediendo acceso a los distintos puntos de vista y al derecho de réplica.¹³

Por otro lado, cualquier modelo democrático-participativo ha de considerar la presencia de los grupos minoritarios en la sociedad y su acceso a los medios de comunicación.

En un mundo lleno de complejidades y ambigüedades, estamos constantemente buscando caminos para confrontar y simplificar la confusión de la vida cotidiana. Se dice que participamos en el proceso de estereotipación cuando incluimos en nociones preconcebidas las informaciones sobre otros grupos. Estamos ante los ruidos interculturales por estereotipos y prejuicios.

Los estereotipos también constituyen un modo económico de ver y de narrar el mundo. Goffmann se refiere a los estigmas en la vida cotidiana. El estereotipo no es neutral, por ello afecta a nuestras percepciones de la realidad e históricamente ha constituido una importante fuente de control social.

Los medios masivos de difusión todavía siguen plagados de estereotipos, etiquetas, clichés y códigos que confunden... La etiqueta no es el animal y los que estamos en el periodismo debemos saberlo ya y saber también que las etiquetas y los estereotipos que manejamos son en ocasiones más inquietantes y desconcertantes para el público que las personas y las condiciones a las cuales se las adjudicamos...¹⁴

Las prácticas y valores periodísticos están condicionados por motivos de índole económico-comercial y motivos profesionales. El discurso informativo puede ser considerado como una "práctica signifiante" y como tal procede mediante una formalización de la realidad y una producción social del sentido

Los medios de comunicación tienen un papel importante a la hora de generar actitudes positivas o negativas hacia otras culturas.¹⁵ La mayor parte de nuestro conocimiento social y político y de nuestras opiniones sobre el mundo proceden de las docenas de reportajes e informaciones que leemos o vemos cada día.

También podemos detectar *ruidos interculturales por asociación temática*. Según Van Dijk, las noticias relacionadas con minorías están asociadas generalmente a violencia, especialmente revueltas y otros tipos de conflicto; crimen, especialmente los relacionados con drogas, asaltos, robo o prostitución; relaciones raciales, especialmente discriminación y conflicto racial; Inmigración; diferencias culturales y desviación y deportes y cultura popular

Hasta hace poco tiempo era habitual encontrar la palabra inmigrante en las páginas de sucesos. Más recientemente, los inmigrantes se están convirtiendo en víctimas habituales para esta sección. Apaleamientos, incendios y crímenes con trasfondo racista sacuden a Europa. Las minorías aparecen asociadas temáticamente a problemas y "amenazas". El trato de inmigrante árabe en la prensa española en otro estudio se vincula temáticamente con trabajo, vivienda e integración /problemas o acciones positivas.¹⁶

Al hablar de la prensa española ante el pueblo gitano, Juan de Dios Ramírez Heredia dice que la utilización del término gitano es perversa en muchas ocasiones. Se identifica al presunto autor de una acción punible por la ley como gitano. Con ello se generaliza de tal manera que se extiende la idea de que todos los gitanos se encuentran en la misma situación y que el hecho de que se vean envueltos en problemas con la policía es algo frecuente.

En general en el discurso sobre minorías y refugiados-especialmente en las informaciones derechistas sobre minorías el uso de la palabra "ilegal" no significa sólo estar fuera de la ley, sino que se relaciona con la delincuencia.

Los ruidos interculturales en la nominación-conceptualización se producen cuando, de acuerdo con la teoría del etiquetaje se nombra a una persona mencionando su pertenencia étnica, su país de origen, el color de su piel, su cultura y ello no es necesario. Puede resultar espectacular pero no es informativo. En ocasiones para evitar los ruidos cabe plantearse la siguiente disyuntiva el perjuicio que causa a la noticia no dar esos datos, por un lado y por otro el "problema" que puede producir al interesado y a su grupo si se menciona.

Los titulares suelen ser generalmente los espacios más frecuentes para esta distorsión que incluso aumenta con calificativos que no definen el acontecimiento sino que lo evalúan

Finalmente, podemos encontrar *ruidos interculturales en la argumentación* y, de un modo particularmente eficaz en la distinción nosotros /ellos. En conflictos bélicos internacionales la polarización es evidente y la toma de posición de los medios de comunicación. Pero también en las informaciones sobre minorías se traza una barrera en la que a un lado se sitúan los ciudadanos, la Policía, el orden y la seguridad y en la otra los diferentes relacionados con problemas, desorden, violencia...

Programas interuniversitarios, equipos profesionales y observatorios

Otras iniciativas educativas interculturales son los programas interuniversitarios sobre comunicación sin estereotipos, como es el caso de "Journalism without stereotypes", en el que participan universidades europeas y norteamericanas que intercambian experiencias pedagógicas.

También profesores Peter White y David Blackhall desarrollan en la universidad australiana de Wollongong un curso de periodismo intercultural o "crosscultural" en el que invitan a proyectar la diversidad característica del país en los medios de comunicación y consideran que surgen un buen número de oportunidades para los educadores de comunicación cuando la enseñanza del periodismo se sitúa todavía en ámbitos monolingüísticos y monoculturales de las redacciones.

Otra posibilidad es la conformación de equipos periodísticos multiculturales como la experiencia de *Global Beat* del Denise Hamilton Center for War, Peace and News Media.

Finalmente proliferan los observatorios de ruidos interculturales en la red. La narración periodística de acontecimientos por su naturaleza pública está abierta precisamente a la interpretación y a la crítica. Esa noción de obra abierta está en auge en las autopistas de la información.

De sociedades multiculturales como los EEUU y Gran Bretaña, proceden observatorios y experiencias que invitan, a través de Internet, a un recorrido por los distintas *sites* de la *World Wide Web*. Éstas se nutren con la participación de voces críticas respecto al tratamiento informativo en los distintos medios de comunicación.

La capacidad crítica de muchos usuarios se manifiesta en numerosos observatorios de los propios medios, institucionales-universitarios, de grupos sociales e incluso particulares que construyen sus páginas con entradas informativas de los receptores de los medios de comunicación que desean denunciar las "desviaciones" o la negativización realizada por los informadores.

En esta línea, aparecen los seguimientos u observadores particulares-temáticos o personales- de un medio. A esta categoría pertenecen el *New York Times Watch*, realizado por Linda Hirshman sobre la actitud hacia el feminismo; *Newsweek Watch*, coordinado por Fran Longmire que también indaga sobre aspectos del género e incluso *GLAAD Media Watch* que trata las referencias sobre gays y lesbianas en distintos medios.

Como observatorios mediáticos, encontramos también el francés *Le Monde Diplomatique* (www.ina.fr/CP/mondediplo.fr) que, con frecuencia, publica reflexiones sobre los medios de comunicación o la canadiense *Media Foundation* (www.adbusters.org/adbusters) que sondea la industria publicitaria y critica a los medios. Finalmente, es posible consultar páginas que divulgan la obra de autores como Noam Chomsky y Ben Bagdikian. (www.papertiger.org).

La Defensa de los Lectores como un buen banco de prueba para la detección de ruidos interculturales periodísticos. Concretamente el apartado de *respeto a los otros* donde se englobaría el tratamiento informativo de las minorías étnicas, religiosas y sexuales, entre otras.¹⁷

En términos generales, la investigación no se muestra demasiado optimista respecto a las posibilidades de la audiencia para incidir en el contenido de los medios. Sin embargo, las iniciativas que denominamos *voces de la sociedad*, tradicionalmente silenciadas ganan protagonismo informativo.¹⁸

Desde el punto de vista general *Media Watchdog*¹⁹ es una colección on-line de fuentes de control de los medios que incluye además artículos sobre los *media* e información sobre los grupos observadores. En todos los casos, el objetivo es criticar la inadecuación o desviación de las informaciones en los principales medios.

También destaca FAIR,²⁰ *Fairness and Accuracy in Reporting* una de las organizaciones norteamericanas más antiguas de vigilancia de los medios; ofrece críticas en un esfuerzo por corregir la desviación y desequilibrio en los medios. FAIR dirige la conciencia pública hacia la estructura de los propietarios de la prensa, la dependencia de las agendas oficiales y su falta de sensibilidad hacia mujeres, trabajadores, minorías y otros sectores ciudadanos de interés público.

Las autopistas de la información se han convertido en una caja de resonancia, de acción y de reacción, sobre el quehacer periodístico. Concretamente, en ese vecindario que es hoy la sociedad internacional podemos contribuir la detección de ruidos interculturales sea como receptores activos de los medios de comunicación o bien formando parte de las numerosas grupos de discusión o simplemente favoreciendo, día a día, encuentros interculturales a través de la red.

Notas:

¹ ISRAEL, E. *Comunicación y Periodismo en una sociedad global*. Ed. Trillas, México, 2001, p. 163.

² STARK, Kenneth, *The case for intercultural Journalism*, en *Australian Journalism Review*, Vol.16, July-December 1994, pp11-24.

³ GALTUNG, JOHAN AND RUGE, MARI HOLMBOE, *The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers*. en TUNSTALL, J, *Media Sociology*, Constable, London, 1970, pp 286-291.

⁴ WESTERHAHL, J-JOHANSSON, F, *Foreign news: News Values and Ideologies in European Journal of Communication*, Vol.9, number, 1. March 1994, pp. 71-89.

⁵ ASUNCION-LANDE, N.C, *Comunicación intercultural* en COLLADO-DAHNEKE, *La Comunicación Humana*, McGraw Hill, Mexico 1986-pp177-197.

⁶ KIM, Young Yun-RUBEN, Brent D., *Intercultural Transformation. A systems theory*, en KIM, Y.-GUDYKUNST, W.B. *Theories in intercultural communication*, Sage, International and Intercultural Communication Annual, Vol XII, 1988 p.365.

⁷ SAMOVAR, Larry, *Intercultural Communication a Reader, A reader*, Wadsworth Company, 1985, P.7.

⁸ ASANTE, Molefi Kete-GUDYKUNST, William B., *Handbook of Internacional and Intercultural Communication*, Sage Publications, 1989, P.8.

⁹ KIM, Young Yun, *Interethnic Communication*, Sage International and intercultural communication annual Volumen X1986.

¹⁰ GUDYKUNST-KIM, Methods... op.cit, pp.16-17.

¹¹ SAMOVAR, L., *Intercultural Communication, A reader*, Wadsworth, Belmont, 1985 pp.9-10.

¹² Informe Sean MC BRIDE Un solo mundo, voces múltiples, F.C.E., México, 1980.

¹³ Mc QUAIL, Denis *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós. Barcelona, 1991, 2ª ed.

¹⁴ HARWOOD, Richard, *Etiquetas y prejuicios* en De la Prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más). Un estudio crítico del funcionamiento interno de la profesión en el Washington Post, Ediciones Gernika, México, 1978.

¹⁵ VAN DIJK, *Racismo y desigualdad*, en Estudios de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Información, La Laguna, 1992.

¹⁶ DE MIGUEL, Carmen, El trato de inmigrante árabe en la prensa, en Bodas, José y Dragoevich, Adriana, Editorial Comunica, Madrid, 1994, pp164-171.

¹⁷ ISRAEL GARZÓN, E., *Comunicació intercultural i construcció periodística de la diferència* en *Anàlisi*, UAB, Barcelona, 1995. ONO agrupa los temas principales de los trabajos de los defensores en 7 grandes apartados: el papel del *ombudsman*; la precisión, los juicios, comentarios y valoraciones; el buen gusto; la objetividad y honestidad; el respeto a los otros y la decisión de publicar o no publicar.

¹⁸ JANKOWSKI, N.W., *Investigación cualitativa y medios en la comunidad* en JENSEN-JANKOWSKI, *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona, 1993. El autor considera que las metodologías cualitativas pueden ayudar a las comunidades para que comprendan...el potencial emancipativo de los nuevos medios pueden servir a la comunidad en el futuro, p.209.

¹⁹ <http://www.research.microsoft.com/research/analysts/mernst/>

²⁰ <http://www.fair.org/fair/>

* **Estrella Israel Garzón** es periodista y profesora de Periodismo. Investigadora en el ámbito de la comunicación intercultural. Autora de *Comunicación y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia* (Trillas, 2001). En la actualidad es vicedecana de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Cardenal Herrera-CEU de Valencia, España. Este texto es su

ponencia presentada en la III Bienal de la Comunicación, Universidad de las Américas en Cholula, Puebla, México, noviembre de 2001, y es su primera colaboración para **Sala de Prensa**.

Fuente: Sala de Prensa, Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos. N°45 Julio 2002. Año IV, Vol. 2

<http://www.saladeprensa.org/art378.htm>