

Entre el humor y el furor: sátira y visión de occidente en los medios de comunicación del mundo árabo-musulmán

José Maria Perceval

- *El autor describe el desarrollo del espacio público de comunicación en el mundo arabo-musulmán y la incidencia del humor y la sátira en los medios audiovisuales. En primer lugar, señala las diferencias entre el humor arabo-musulmán de tradición oriental y el humor occidental. Centra su análisis en los humoristas y las series emitidas durante el ramadán donde se critican costumbres sociales propias de la herencia de una sociedad agraria, el patriarcalismo y las hipocresías religiosas. Junto a esto, se desarrolla un campo de crítica a occidente entre la reflexión y el insulto con la creación de una imagen compleja de un 'otro' atrayente y peligrosos para la identidad arabo-musulmana.*

Palabras clave

Humor árabe, espacio público arabo-musulmán, tele-series del ramadán, Internet en el mundo árabe.

Introducción

El ministro tunecino de obras públicas visita a su homólogo egipcio y se admira de la riqueza de su apartamento. "Ven a la ventana y mira, le dice el ministro egipcio. ¿Ves una autopista que entra en el Cairo? Debía haber dos autopistas". Meses después, el ministro egipcio de obras públicas visita a su homólogo tunecino y se admira de la suntuosidad fastuosa de su apartamento. "Ven a la ventana y mira, le dice el ministro tunecino. Ahí debía haber dos autopistas que facilitarían la entrada a Túnez capital. No hay ninguna".

Se trata de un viejo chiste, ya utilizado en los países llamados del socialismo real de Europa del Este y aun vigente, por ejemplo en Ucrania o las repúblicas asiáticas de la ex URSS. La variación, tanto en estos países como en el sistema mediático arabo-musulmán, es que este tipo de humor ya no es oral sino que va entrando progresivamente en los programas de entretenimiento de las televisiones locales, de los comentarios radiofónicos, de los blogs de internet,... como muestra de la aparición de una nueva esfera pública¹ que propicia el debate y la reflexión sobre los gestores del poder político y social.²

1 El conjunto de estudios más interesante sobre este nacimiento de la esfera pública en el mundo arabo-musulmán ha sido el recogido por EICKELMAN, D.; ANDERSON, J. W. (ed.). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 1999. Contiene artículos de NORTON, A. R. "The new media, civic pluralism and the slowly retreating state", p. 19-28; EICKELMAN, D. "Communication and control in the Middle East: Publication and its discontents", p. 29-40; ANDERSON, J. W. "The internet and Islam's new interpreters" p. 41-56; ARMBRUST, W. "Bourgeois Leisure and Egyptian Media Fantasies." p. 106-132.

2 Sobre el estado árabe moderno, ver la obra de MARTÍN, G. *El Estado Árabe*, Barcelona: Bellaterra, 1999.

José Maria Perceval

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona

El humor, el comentario satírico y, muchas veces el insulto directo, van unidos a la información, son su correlato irónico o lúdico, aunque, en la mayoría de las ocasiones, los estudiosos de la opinión lo olviden. El humor y la sátira son ambiguos, juegan con las palabras³ (y si se trata de material gráfico, con las imágenes),⁴ canalizan tensiones y pulsiones muy variadas, provocan tanto el diálogo como la violencia, derivan en la risa liberadora o el insulto excluyente, expresan las ansias de una identidad en peligro o provocan la exclusión de otras identidades mediante el desprecio o el ridículo de determinadas características consideradas negativas. El humor, por lo tanto, no es positivo ni negativo en sí mismo sino por el contenido que vehicula.

En el caso del mundo arabo-musulmán tenemos una enorme constatación de la presencia del humor y la ironía en la vida cotidiana y como elemento clave en la comunicación de personas y grupos. La mayoría de los asuntos se tratan con una fuerte dosis de humor y de argumentaciones irónicas, sobre todo en el pequeño comercio, por la costumbre aun arraigada del regateo.

El problema a la hora de analizarlo estriba en que los estudios sobre el humor árabe están centrados en formas y prácticas de tipo clásico (trabajos sobre literatura y tradición como el género humorístico Adab⁵) o antropológico, no relacionando este campo con el de la comunicación mediática o reduciéndolo exclusivamente a la comunicación oral, donde evidentemente son un factor fundamental pero no el único. Junto a esta ausencia o debido a ella, hay una ignorancia perversa por parte de ciertos autores, como la manifestada recientemente por el escritor Martin Amis, que inventan una supuesta característica de autocrítica lúdica occidental etnocéntrica y la contraponen a una aun más supuesta ausencia de humor en la cultura oriental.

¿Podemos analizar este espacio del humor y el insulto, de la exclamación directa y del comentario ciudadano en el mundo árabe? Sí, aunque es muy difícil de aprehender. El nuevo panorama mediático ofrece esa posibilidad eliminando mediaciones y filtros de profesionales que gestionaban, canalizaban y censuraban la opinión; La ventaja – o peligro, según se mire – del nuevo sistema mediático, es la emergencia inmediata de estos comentarios en la nueva esfera pública donde se puede practicar un efecto acción-reacción gracias a los comentarios de los usuarios de Internet. El humor y el insulto, antes reducidos al espacio oral, pueden aparecer en un programa audiovisual con participación del público o directamente en los blogs – o en los comentarios a los blogs permitidos por la herramienta de internet–, debido a la figura del lecto-escritor, “aquel usuario que lee y contesta el artículo leído en red aportando una reflexión que construye un nuevo texto”.⁶ Los chistes circulan en SMS o se venden en CDs en los mercados, por todo el mundo arabo-islámico, casi todos de tradición clásica pero donde se introducen nuevos relatos o nuevas versiones de los mismos con temas como la guerra de Irak o el problema de Palestina, con los reflexivos relatos del pícaro héroe Doha o las boberías del emblemático mulá Nasrudin,⁷ protagonistas representativos por antonomasia de los chistes en el mundo árabe.

El cambio radical en el campo de la opinión pública se ha provocado por la emergencia de un nuevo sistema mediático en ebullición continua que supera los medios clásicos, sean impresos o audiovisuales, que se encontraban esclerotizados en modelos ya periclitados y que se han debido adaptar frente al dinamismo de los nuevos audiovisuales, liderados por la presencia de al-Jazira y otras cadenas por satélite. La contrapartida de las cadenas tradicionales

3 Sobre las sinédoques, TODOROV, T. *Investigaciones retóricas*. Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires, 1970

4 MORIN, V. "El dibujo humorístico". En AA.VV: *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, 1972, p. 137-187.

5 SCHMIDT, J. J. *Li livre de l'humour arabe*. París: Sindbad, 2005.

6 PERCEVAL, J. M., SIMELIO, N. "La narratividad digital ante la lecto-escritura esquizofrénica: un desplazamiento hermenéutico", Osca: *Congrés de Periodisme Digital d'Osca*, 2006.

7 SHAH, I. *Las ocurrencias del increíble Mulá Nasrudin*, Barcelona: Paidós, 2000.

hertzianas ha sido la inversión en humor y programas de entretenimiento que compensa la imposibilidad de ofrecer una información tan atractiva y peligrosa como la de las cadenas informativas. La mayor oferta informativa por satélite se coordina, pues, con un aumento de la ficción (teleseries) y una derivación reflexiva (los debates sobre temas sociales) con una mayor participación e intervención del usuario (estudios de audiencia, ensayos de participación directa o indirecta). Al mismo tiempo, las noticias emitidas por el efecto al-Jazira, se reflejan inmediatamente en la red – la blogosfera árabe - o en nuevos soportes como los SMS, mostrando que han pasado a ser objeto de la conversación cotidiana.

Todo se discute en el mundo arabo-musulmán. La falta de información que era evidente hace tan sólo una década – la posibilidad que tuvo entonces el gobierno de Arabia Saudita de ocultar tres días el comienzo de la guerra del Golfo – no existe ya. Y, dentro de este conjunto, se produce la construcción de una identidad común inédita arabo-musulmana que conlleva la presencia paralela de una construcción fantasmática: el occidente de los medios de comunicación arabo-musulmanes, el occidente –mejor dicho, el occidental o el árabe occidentalizado– de los programas de humor y el occidente terrible o satirizado de los blogs o los SMS, que constituyen la otra cara del espejo ‘orientalista’ que diseccionó el profesor Edward Said en su clásico libro.⁸

Ahora contamos con dos visiones, ambas por cierto ‘occidentales’ e interconectadas: la construcción de oriente en occidente, siempre presente,⁹ pero que se ha reconstruido de nuevo de forma muy agresiva y con matices nuevos, a partir del atentado contra las torres gemelas;¹⁰ visión que es

percibida de forma molesta e incómoda en el mundo arabo-musulmán. Y, al mismo tiempo, coordinada con ésta, la visión de occidente en el mundo arabo-musulmán formada en el conflicto israelo-palestino y las sucesivas guerras del golfo¹¹ que dan los nuevos medios de comunicación arabo-musulmanes. La desaparición de matices, la unificación de estereotipos, la adopción de tópicos deslegitimadores, ha aumentado considerablemente.

La noción de insulto y humor en el mundo oriental arabo-islámico, las diferencias notables

A diferencia de otras sociedades en que el insulto es ritual y se ordena en unos códigos estructurados, en el mundo arabo-musulmán, la permisividad con el insulto es mínima ya que afecta al honor de grupo incluso antes que al personal (mejor representado por la noción de ridículo).¹² El modelo de relato humorístico responde narrativamente al relato circular o la parábola, más habitual en el discurso oral oriental –derivando en el relato corto o el chiste–, que el relato lineal occidental que dio origen a la novela. La parábola parte de un presupuesto previo que se demuestra posteriormente a lo largo del relato, es una narración con una intención educadora y puede mezclar lo serio y lo divertido, la descripción trágica o satírica de una determinada situación. Incluso en la novela moderna árabe, introducida por ambientes intelectuales occidentalizados, este sistema continua en los pequeños relatos insertos en el texto general o emergentes en los comentarios de los protagonistas. De este sistema de relato derivan como relatos cortos la

8 SAID, E. *Orientalism* (1969), trad. cat: *Orientalisme: identitat, negoció i violència*, Barcelona: Eumo Editorial, 1991.

9 SAID, E. *Covering Islam* (1981), trad. cast: *Cubriendo el Islam. Cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*, Barcelona: Debate, 2005.

10 ELLIOT, D. "Terrorists we like and terrorists we don't like." En MARTIN LESTER, P.; DENTE ROSS, S. *Images that injure: pictorial stereotypes in the media*, Westport: Conn, Praeger, 2003.

11 SLYOMOVICS, S. "Sex, lies, and television: Algerian and Moroccan caricatures of the Gulf war". En: JOSEPH, S.; SLYOMOVICS, S. (ed.), *Women and power in the Middle East*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press, 2001, p. 72-98.

12 Ver los dos especiales: L'injure, la Société, L'Islam. Une Anthropologie de l'Injure. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, nº 103-104, Junio 2004; L'humour dans l'Orient. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, nº 77-78, Octubre 1996.

fábula, el cuento corto, el apólogo y el chiste, todos con un enorme desarrollo en el mundo arabo-musulmán.

El chiste o el cuento corto es la otra cara de la parábola educativa o religiosa, del relato corto educativo o proverbial. La variación en el chiste es que la conclusión que se obtiene al final del relato, aunque es una consecuencia aparentemente lógica con los presupuestos planteados en principio, resulta grotesca o ridícula por las consecuencias que provoca. El chiste había estado circunscrito al mundo oral, donde sigue mostrando una vitalidad impresionante, pero había tenido pocos reflejos en el mundo literario público –si no era el caso de traslaciones de series de relatos– hasta la aparición de los programas de humor audiovisuales y la explosión de la producción libre en Internet. Ahora es un género en pleno aumento geométrico exponencial.

La presencia de este estilo de humor oriental en occidente se ha unido a la larga tradición del humor judío (de Charlot a Woody Allen, de Adel Imam o Ahmad Snussi más conocido como ‘Bziz’¹³ a Nabila Ben Youssef en el escenario árabe)¹⁴ donde el humorista es fuertemente autocrítico (se ríe de sí mismo) o destila un fuerte sentido social (se ríe de la sociedad que lo oprime). Muchos de estos humoristas, como el propio Bziz, han sufrido una cruel persecución política en sus países de origen y se han tenido que exilar al entrar en el campo de la ironía política.

Frente a este humor regenerador y relacionado con debates necesarios a la renovación interna de la sociedad, nos encontramos con otro humor que canaliza tópicos y estereotipos sociales y étnicos de fuerte calado segregador y excluyente. La crítica social camina muchas veces en el borde del abismo insultante cuando trata de defectos físicos o supuestamente pertenecientes a un grupo concreto de la sociedad. En el mundo árabe, los marroquíes hacen chistes de argelinos, los libaneses de los sirios o los tunecinos de los libios... En Egipto, son dibujados como paletos los habitantes del alto Egipto (lo que también se refleja por su particular modo de hablar en los programas televisivos de las teleseries o los monólogos de los humoristas); en Arabia

Saudí se ríen de los emigrantes pakistaníes, que forman la base del servicio doméstico... En los países con fuerte control social, el humor deriva en razón de esta censura del poder en chistes sobre grupos y personas débiles (por sus defectos físicos, por sus orígenes sociales o étnicos) antes que en la crítica social, religiosa o de la política gubernamental que, por contraste, se expresan en la calle y siguen siendo orales. La lucha entre ambos contenidos humorísticos se desarrolla en los nuevos marcos mediáticos y de su desarrollo dependerá bastante la evolución progresista o retrograda del nuevo espacio de opinión pública árabe-musulmán.

Nuevos espacios de comunicación pública para un humor renovado

En el mundo árabe, la ausencia de imágenes y de teatro, ha concentrado históricamente en el narrador unas funciones que lo sitúan entre el mimo y el cuentista, entre el monologuista teatral y el payaso, que presentan una gran complejidad y riqueza. La cuestión de la imagen, y de la ausencia de imagen, ha sido tratada ampliamente como una particularidad pero, resulta paradójico, que fue Arabia Saudita, en 1960, quien se lanzó en el campo de la televisión – rompiendo todo tipo de resistencia de las autoridades religiosas –para contrarrestar la influencia de la poderosa y peligrosa radio nasserista, ‘La voz de los árabes’ (Sawt al-Arab). De nuevo, ahora, la presencia de los telepredicadores anti-wahhabitas, ha provocado la aparición de programas religiosos en las teles saudíes venciendo las últimas resistencias de los religiosos a la utilización del poderoso medio para entrar en los hogares saudíes.

Todos estos fenómenos, contradictorios y polémicos, muestran como la televisión conforma un marco nuevo en la esfera pública en el mundo arabo-islámico que, anteriormente, estaba reducida a los lectores de diarios, el sector más culto y más occidentalizado de la sociedad. Es la razón

13 Conferencia de Beatriz Soto Aranda, “Marruecos a través del humor: Una aproximación lingüística a la obra de Ahmed Snoussi Bziz”, Murcia: Universidad del Mar, 17 mayo 2006.

14 Programa *Les humoristes* que de 1989 a 2000, presentó Alia Kdeih en RMC.MO con una gran selección de humoristas del mundo árabe.

fundamental de la permisividad de la televisión por parte de los sectores religiosos neo-tradicionales, es decir, no exactamente tradicionales sino reinventores de la tradición en el mejor sentido de Hobsbawm.

Precisamente, la radio había tenido una influencia notable en el mundo arabo-musulmán por el poco desarrollo de la comunicación impresa que aun se encuentra en una relación de 1 a 6 con los países industrializados y, también, por el carácter bilingüe de la comunicación impresa (en árabe y en inglés o francés) lo que provoca un filtro de origen colonial con la lengua hablada. El éxito de la radio egipcia *Sawt al-Arab*¹⁵ (1952) preludió un espacio de opinión común al mundo árabe con mayor calado que la prensa en árabe.¹⁶ Al mismo tiempo, la radio comenzó una progresiva e inevitable destrucción de la cultura oral al introducir en las casas y en los campos –gracias al transistor– una voz autorizada y ajena a la familia y las jerarquías locales. Actualmente, la radio se ha convertido en el mayor difusor de modas y comportamientos, de expresiones y maneras de hablar, de nuevos ritmos y ha propiciado un sincretismo musical que afecta a todo el mundo arabo-musulmán con prestamos evidentes entre países pero con figuras locales poderosas. La radio comenzó a cambiar contraponiendo al lenguaje de las prédicas de los viernes una expresión coloquial directa de los discjockeys norteamericanos a los que imitaban al mismo tiempo que renovaba el éxito de las radios europeas de entreguerras con mensajes y discos dedicados. Estos discjockeys utilizan un lenguaje lleno de giros humorísticos y de ironías, de chistes y pequeños relatos que inciden muchas veces en críticas sociales pero también ahondan en estereotipos sociales o étnicos. La radio ha sido la ‘culpable’ de la introducción del hip-hop que abarca desde Marruecos a Palestina, con fuertes resistencias en los sectores radicales islamistas o nacionalistas árabes pero con un evidente éxito juvenil. Fue muy interesante en ese sentido el congreso de 2003 del Goethe Institut en Dakar donde se analizaron los medios de comunicación de Senegal, desde las radios a la

prensa local, o la penetración de modelos externos y la intervención del poder.¹⁷ Desde el comienzo hasta la actualidad, la radio ha sido fuertemente controlada y censurada por el poder, sus comentaristas responden a consignas muy concretas y, por eso, ha sido el campo musical el más libre aunque ciertos grupos están vetados por sus letras críticas del sistema. El rap y sus variedades rompe la tradición de canciones amorosas e introduce los temas sociales, la ironía y, a veces, el insulto directo a los dirigentes corruptos, los falsos religiosos beatos y los empresarios explotadores.

Por su parte, la televisión cambió en su momento el panorama radicalmente al aumentar la influencia mediática con su enorme capacidad de seducción y, culturalmente, al adoptar modelos claramente occidentales (look de presentadores y presentadoras –representación femenina inédita en muchos casos, modas de los entrevistados, presencia constante de invitados e imágenes occidentales, publicidad de productos occidentales en un marco claramente occidental...). La presencia de occidente aumentó por la presión de los films que se emiten en televisión (anglófonos o francófonos, según el área de colonización) y por las imágenes de agencia, absolutamente dominadas por occidente....

La segunda revolución se da con la emergencia de las cadenas árabes, desde comienzos de los años ochenta, que aumentan la producción propia y comienzan el desarrollo del mercado regional que compite débilmente en principio con los productos occidentales.

Sus campos de desarrollo serán:

- Las series de ficción
- Las series de humor
- Los informativos
- Los debates
- La aparición de los presentadores estrella que pueden cambiar de país debido a la utilización del árabe literario.

15 JAMES, L. M. *Whose Voice? Nasser, the Arabs, and "Sawt al-Arab" Radio*, <<http://www.tbsjournal.com/James.html>>.

16 LABIDI, K. "The Voice of the Arabs is Speechless at 50", *The Daily Star*, 7/10/03.

17 TAUREG, M.; WITTMAN, F. (eds.) *Entre tradition orale et nouvelles technologies: où vont les mass média au Sénégal?* Dakar: Enda Tiers Monde, 2005.

La situación mediática sufre un cambio radical en los años noventa con la expansión de la transmisión vía satélite. El esquema estatal se rompe en pedazos con la aparición de 124 canales vía satélite en el mundo árabe. Fue un momento crucial en que la guerra de las parabólicas llegó a extremos casi grotescos con comerciantes avisados que ofrecían al mismo tiempo la parabólica y su disfraz, por un módico precio, o la constitución en ciertos países de policías especializados en la persecución y descubrimiento de antenas ocultas.

La televisión local hertziana se innovó utilizando un plato berlusconiano, un lugar donde continuamente se está en fiesta. Las televisiones abrieron un mundo particular, específico, donde los hombres y mujeres van vestidos a la occidental y las mujeres no se tapan la cara. Las formas y maneras occidentales se introducen constantemente, la publicidad –traducida pero de origen occidental– encaja nuevos comportamientos y actitudes junto con productos inéditos.¹⁸ El poder ha encontrado un magnífico sistema de desviación de contenidos críticos en este nuevo espacio mediático promoviendo programas como *Gran Hermano* o *Operación Triunfo* que están teniendo un evidente éxito. Sin embargo, los talks shows sobre cuestiones familiares –y donde el insulto podría encontrar un escenario adecuado– encuentran una frontera en el puritanismo oficial de estos regímenes. No existe un escenario de prensa rosa que permita dar cabida a estos cotilleos que, sin embargo, se expresan libremente en la calle sobre el creciente mundo del espectáculo y sus personajes. El poder está sin embargo aumentando la inversión en este campo, y en el deporte, para competir con los canales informativos vía satélite que son críticos a la estructura jerárquica de estos regímenes.

Internet ha sido el gran plato giratorio donde se manifiesta toda una serie de movimientos mediáticos inéditos. El mundo de Internet penetra Oriente con una velocidad inusitada. En 2002, la calle Chafic Rcheidat, en Irbid, norte de Jordania, pidió entrar en el libro Guinness de los récords por

contar con 105 cybercafés en menos de un kilómetro de distancia. El impresionante desarrollo de los blogs en Irán¹⁹ formando la cuarta lengua en uso de los blogs según el diario *Times* (13, nov. 2004) o entre los 10 primeros según Technorati ha provocado una intervención de las autoridades, que admiten el fenómeno e intentan influir en él: el propio presidente Ahmadineyad tiene un blog muy visitado. En internet se alterna la información y el bulo urbano, los rumores más increíbles y las críticas más radicales, las denuncias de situaciones concretas y la invención de otras, la ironía y el chiste junto al insulto vulgar o la amenaza terrorista. En internet circulan los videos de los asesinatos de rehenes, las proclamas de los dirigentes de al-Qaeda o normas para construir bombas caseras. También, los mejores textos en favor de la paz, del diálogo y del fin de la violencia sectaria.

La construcción de la imagen de Occidente en los informativos y las tele series de humor emitidas durante el ramadán: diálogo, crítica, envidia, competencia y sátira

En el ramadán de 2006, Arabia Saudí estrenó comedias sociales con argumentos locales y donde se criticaban aspectos del fundamentalismo (la comedia de humor *Tash ma Tash* –‘lo que pasa’- atacó la enseñanza fundamentalista en la escuela) o la segregación de la mujer²⁰ (crítica del Mahram o tutor masculino, imprescindible por ley para las actividades públicas de cualquier mujer saudí) así como se criticó el puritanismo hipócrita, la corrupción administrativa, los malos tratos policiales, la burocracia o los restos de un tribalismo clientelista que afectan a la sociedad saudí. Este programa creado en 1993 –con un periodo de prohibición durante el años 1996 y una condena de los ulemas en 2000– por Abdallah al-Sudhan y Nasser al-Qassabi –cuenta con el mayor éxito actual (aunque criticada tanto por

18 ENISBET, EC., NISBET, MC., SCHEUFELE, SHANAHAN, DJ. *Public diplomacy, television news, and Muslim opinion*, Harvard International Journal of Press/Politics, 2004, 9 (2), 11-37.

19 We Are Iran: The Persian Blogs by Nasrin Alavi (Soft Skull Press /November 28, 2005).

20 GRESH, A. "Balbutiements de l'opinion publique en Arabie saoudite", *Le Monde diplomatique*, mayo 2002.

islamistas como por opositores e islamistas que la consideran un escapismo tolerado o critican su retrato xenófobo de las minorías del sur mediante la exposición ridícula de sus defectos lingüísticos).

La permisividad paradójica con este programa de producción propia es consecuencia de la caída de audiencia de la televisión pública saudí después del escándalo de la ocultación de la invasión de Kuwait que desprestigió las dos cadenas oficiales y la competencia con la presencia constante de al-Jazira. Asimismo, el estado saudí ha creado en respuesta un canal deportivo y la cadena informativa Al-Ekhbariya por satélite. Las parabólicas se extienden a pesar de algunas fatwas oficiales prohibiéndolas. Se ha roto el panorama unánime no sólo en el plano político sino en el re-religioso ya que los saudíes forman una audiencia novedosa de los programas religiosos de al-Jazira, Abu Dhabi TV o Sharjah, algunos fuertemente anti-wahabitas.

Pero éste es un pequeño ejemplo local frente al desarrollo de las grandes producciones sirias y egipcias que se extienden por todo el mundo arabo-musulmán con una pequeña competencia de estudios locales. La búsqueda de una audiencia de mil millones de espectadores hace que sus guiones trabajen un consenso global sin localismos excesivos y un humor blando de crítica social y familiar (como la serie marroquí 'Lalla Fatima' de la cadena 2M o 'Andak Amilud' del popular humorista Fahid). Los temas humorísticos que los films egipcios ya habían tratado²¹ pasan a la televisión: la crítica del puritanismo, el sistema patriarcal,²² la segregación de la mujer, son temas presentes en estas series coincidiendo con las de más audiencia.

Al mismo tiempo, los temas históricos de enfrentamiento con las potencias coloniales o los de afirmación identitaria, se destacan cada vez con más fuerza. El fundamentalismo

o el terrorismo se introducen desde el punto de vista humorístico (en la línea de la famosa cinta protagonizada por Adel Imam, al-Irhabi –“el terrorista”– que narra las peripecias de un integrista radical que por razones de seguridad termina viviendo con una familia occidentalizada).

Las series deben plantear un conflicto por naturaleza intrínseca del guión y la búsqueda de temas de debate social, para captar audiencia, da una interesante lista de temas sociales conflictivos en el mundo arabo-musulmán. Se analizan los problemas que preocupan en la calle, tanto las ilusiones como las pesadillas del ciudadano medio. Inevitablemente derivan en una crítica del inmovilismo y promueven espacios mayores de libertad, aunque sólo sea en el pequeño espacio del salón familiar.²³ Promueven también nuevos comportamientos sociales y sexuales que resultaron conflictivos como en el caso del personaje Ranad, de la serie *Adeel Al-Rouh - Soul Mate* donde se manifestó una leve insinuación de lesbianismo o con la serie *72 vírgenes* que se presentó como una crítica radical del terrorismo fundamentalista.

Pero, no todo son series humorísticas o de denuncia social progresistas. En el lado contrario, la serie *Gargiyan* provocó una campaña de bloggers contra su fuerte contenido racista. Los ataques a Israel han sido habituales en estas series como es el caso de *Knight without a Horse* que, producida por la cadena de televisión egipcia Dream, es una *soap opera* que veintidós cadenas recogieron en 2002 lo que provocó una serie de protestas de organismos judíos internacionales por su antisemitismo vulgar.²⁴ Un caso más grave, fue la serie emitida el 18 de noviembre de 2003 (Arabsat, Hotbird y Nile Sat) y denunciada por el centro Simon Wiesenthal, titulada con el provocador título de *Al-Shatat* (la diáspora) donde los actores interpretaban dos

21 ARMBRUST, W. "The Golden Age before the Golden Age: Commercial Egyptian Cinema before the 1960s". En *Mass Mediations*, Berkeley: University of California Press, 2000.

22 ARMBRUST, W. "Transgressing Patriarchy: Sex and Marriage in Egyptian Film" *Middle East Report (MERIP)* 206 (primavera), 1998, p. 29-31.

23 ABU-LUGHOD, L. "The objects of soap opera: Egyptian television and the cultural politics of modernity". En: MILLER, D. (ed.) *Worlds Apart: Modernity Through the Prism of the Local*. Routledge, 1995.

24 MOSAAD, M. "Knight without a Horse: The Lesson is Over Stupid! Racism versus rationality in Egyptian society". En: *Viewpoints/PeaceWatch*. 5 de diciembre de 2002.

personajes judíos que practicaban un crimen ritual con un joven cristiano en Pascua,²⁵ utilizando posteriormente su sangre para elaborar el *matz*, pan sin levadura de esta fiesta. Este hecho ha coincidido con los intentos de llevar al cine por parte iraní el argumento de los Protocolos de Sión, panfleto nazi que se publica abundantemente en el mundo arabo-musulmán. En este sentido, y en el terreno infantil, el gobierno palestino de Mahmud Abbás ha intentado prohibir sin éxito la presencia en programas infantiles de la cadena Al-aqsa, ahora dominado por Hamas, del Mickey gihadista que invita a la lucha contra Israel, contra occidente y lo occidental –una verdadera paradoja con el propio personaje elegido– y a la conquista del mundo con un populismo simplista terrible en el adoctrinamiento infantil.

En 1990, Arabia Saudí pudo ocultar a su población durante tres días la anexión de Kuwait por parte de Saddam Hussein. Hoy no es posible ocultar una noticia sucedida por la mañana por miedo a dejar en manos de otras cadenas un control fundamental: el control de la interpretación. Se ha pasado del monopolio de la información al intento de monopolizar la interpretación, lo que provoca la búsqueda de imágenes inéditas y declaraciones propias (razón de la fundación de la cadena al-Arabiyya y de la activa acción mediática de los príncipes saudíes Salman y Sultán). En caso contrario, la contraprogramación lleva a buscar series de humor o programas deportivos en las horas conflictivas.

Para contrarrestar el doble frente de los nacionalistas árabes antioccidentales y de los fundamentalistas islámicos antioccidentales, se ha formado un doble entramado mediático, interconectado en realidad, de capitales saudíes y norteamericanos – con participación libanesa y egipcia en algunos casos -que desarrollan nuevos periódicos (como *Asharq al-Awsat* o *al-Hayat*), nuevas radios y nuevas televisiones (las corporaciones de canales satelitales ART, MBC, Orbit)²⁶ y que intentan ahora penetrar en internet. El intento de ocupar el campo de la comunicación tiene sin embargo sus límites. En prensa, por la poca incidencia de estos diarios londinenses de elite. En televisión, por la excesiva

intoxicación ideológica que ha afectado a al-Hurra y que ha provocado cambios profundos en la estructura de al-Arabiyya para poder mantener una mínima imagen de independencia (en esta cadena saudí aunque emite en Dubai).

Al-Jazira provoca el debate sobre temas que son conflictivos e internos a los países donde llega su tele-audiencia como el crimen de honor (en Jordania), la ablación (en el Sahel y el cuerno africano), el consumo de ciertas drogas (polémica del *qat* yemení). Esto hace que las televisiones de los países implicados reaccionen ante las declaraciones o reportajes de al-Jazira provocando un movimiento interno de debate. Al-Jazira intenta provocar a la calle y se lamenta, muchas veces públicamente, de la pasividad tradicional del mundo árabe que no despierta (un viejo y peligroso tema del arabismo nacionalista).

Al-Jazira no tiene programas de humor, no cultiva el insulto, manifiesta un populismo ambiguo a través sobre todo de sus programas de debate y un nacionalismo orgulloso del pasado árabe a través de sus interpretaciones históricas. Pero su efecto es inmediato en los comentarios de la calle que podemos seguir a través de internet. El comentario antioccidental y el victimismo se alternan con el insulto directo y la llamada a la violencia contra la ‘invasión de los cruzados’, ‘los nuevos mongoles de Hugalú el destructor de Bagdad’,...

El mundo de los blogs: sátira e insulto anónimos

En el mundo de los blogs se manifiesta este conglomerado de victimismo y deseo de venganza, ansias nacionalistas árabes y airadas respuestas a las declaraciones americanas o israelíes, de forma mucho más clara. El occidente de oriente es la suma de los miedos occidentales en cada campo más el miedo a occidente que traen estos cambios. La guerra de las palabras se establece con una apropiación clara por parte de todos los bandos de términos como democracia, libertad, derechos humanos...

25 PERCEVAL, J. M. *Un crimen sin cadáver: el Santo Niño de la Guardia*. En: *Historia* 16, 202, p.44-58, 1993. Disponible en internet, artículo de Wikipedia.

26 KRAIDY, M. M. "Arab Satellite Television Between Regionalization and Globalization". En: *Global Media Journal* 1.1, 2002. ISSN: 1550-7521.

El sentimiento pro al-Qaeda ha sido falsificado por los sondeos, comenzando por la propia cadena al-Jazira. Tratándose de un fenómeno absolutamente moderno,²⁷ mediático y opuesto a las fuerzas tradicionales, son los periodistas los más fascinados por el entorno terrorista y los que más aumentan sus datos. Lo cierto, es que, mediáticamente, al-Qaeda es más poderosa y nombrada de lo que representa.

Conclusiones: Humor liberador y humor excluyente, entre la sátira sociopolítica y la sátira de exaltación nacionalista o xenófoba

Se estropea una tostadora en una teleserie egipcia. El olor a quemado inunda la casa. El personaje, un conservador fundamentalista, que estaba a punto de ir a la mezquita para el rezo matinal, mira el aparato y sonríe ante el bullicio que se ha creado: “¡Material occidental!”, exclama. El fundamentalismo ha ganado su pequeña batalla contra la máquina que no funciona pero también contra la forma no tradicional de organizar el desayuno, contra una nueva forma de vida que no respeta la buena tradición “donde no hay tostadoras que se estropeen”.

El humor refleja el debate profundo que afecta al mundo arabo-musulmán; la sátira y el insulto directo están de momento reducidos a espacios muy pequeños o navegan libremente por internet. Los regímenes se encuentran pillados en una trampa mediática fundamental: para aumentar la audiencia –y por lo tanto la influencia– de sus canales audiovisuales, deben aumentar los espacios de humor, los nuevos espacios populistas de la telebasura, inclusive los *talkshows* superando las resistencias de los sectores puritanos.

Junto a esta desviación, se observa una mayor permisividad en los humoristas, fruto igualmente de esta necesidad de ganar audiencia, que permite críticas impensables hace unos años en las rígidas televisiones oficiales. El humor

social comienza a fiscalizar no sólo a la suegra, al hipócrita beaturrón o al exceso patriarcal, sino que comienza a hablar del clientelismo y la corrupción funcional, la manipulación de los políticos o los escándalos económicos. Pero, en contrapartida, se introducen contenidos perversos de exaltación nacionalista, de sátira xenófoba y cada vez se extiende más la tentación de caer en una simplificación de Occidente y del occidental creando un arquetipo que concentraría todos los males desviando la crítica del poder interno.

¿Es el occidentalismo un reverso del Orientalismo o una creación animada desde los círculos académicos progresistas occidentales como pretenden Ian Buruma y Avishai Margalit?²⁸ El mundo arabo musulmán se mueve entre el nacionalismo árabe, el islamismo liberal o fundamentalista y las versiones laicas de la democracia social. El entramado mediático contiene elementos de estas tres tendencias donde al-Jazira es un ejemplo emblemático.

Occidente, cierto Occidente, sigue recreando imágenes de un ‘Oriente’ exótico, enfrentado, agresivo... –como muestra el *peplum* 300²⁹–, cercano al enfrentamiento de civilizaciones o, simplemente, sometido a su propio espacio de fanatismo. El mundo occidental realiza esta operación despreciando la producción mediática arabo-musulmana o, peor, extendiendo temores y prevenciones que casi la equiparan a un vivero del fanatismo o del terrorismo.

Humor y furor no son buenos compañeros pero van juntos en este escenario mediático. En el mundo arabo-musulmán la re-creación sobre Occidente, sea real o inventado, –y la reflexión sobre Oriente– parte de una doble lectura. Es cierto que la incomprensión y el insulto avanzan, sobre todo en el mundo de internet y la blogosfera, pero –incluso en esos campos– se observa un público que mantiene dos caras y complejas miradas sobre el occidente –que admiran u odian, desean imitar o desprecian profundamente– y el oriente que constituyen o matizan pero del que son fuertemente autocríticos.

27 GRAY, J. *Al-Qaeda y lo que significa ser moderno*, Barcelona: Paidós, 2004.

28 BURUMA, I.; MARGALIT, A. *Occidentalismo, Breve historia del sentimiento antioccidental*, Barcelona: Península, 2005.

29 Artículo inédito del grupo de trabajo formado por FIGUEROLA, C.; FORNIELES, J.; PERCEVAL, J. M.; TEJEDOR, S., "Comunicación y cómic filmado: La defensa de Occidente en 300 y la construcción mediática de Oriente".