

Informe medios

por Ian Cook, Jacob Hurre e Marek Janak

1 Medios interculturales

Viviendo en un mundo cargado de medios, el poder de las imágenes ha crecido a través del constante cambio y de la mayor diferenciación de su consumo. Esta descentralización del poder permite a nuevos y diferentes proyectos entrar en el circuito de los medios. Los medios interculturales no son excluidos de este proceso; de hecho han permitido a nuevos grupos de personas, que antes tenían un acceso a los medios limitado o incluso ausente, entrar en juego.

Los medios, vistos como medios de difusión de informaciones, no implican sólo los habituales como la televisión, la radio, los diarios, sino pueden comprender también varios medios de comunicación como las exposiciones en los museos, los panfletos, o los portales web. Pero, ¿qué es lo que podría hacer uno de estos varios proyectos interculturales?

Pensamos en la interculturalidad cuando estamos frente a una comunicación entre personas de las cuales percibimos unas diferencias culturales. “Intercultural” no significa dos diferentes culturas que viven codo con codo y que esencialmente son independientes las unas de las otras, sino significa un intercambio de culturas en todos los frentes, una mezcla que crea algo nuevo.

Los medios interculturales pueden ser entendidos como uno (o más) de los varios tipos de medios que lleguen al resultado final de la convivencia de dos o más culturas percibidas como diferentes. Esto podría ser una tentativa deliberada hacia la interculturalidad o un resultado intercultural casual, sin embargo, para que haya un diálogo, es necesario que haya al menos dos voces.

En este contexto hay naturalmente un gran problema con la definición de cultura. La cultura tiene que ser algo más que una simple representación. Mientras la representación visiva de las minorías al interior de los medios tradicionales es sin duda interesante, y fuertemente promovida, el proyecto, que se ha desarrollado especialmente en las regiones europeas no soviéticas, a partir de los años ochenta, aunque más representado, no es siempre cultural.

Existen, de todas maneras, en toda Europa una multitud de proyectos que conciernen los medios interculturales. La investigación conducida por el Centro multicultural de Praga, clasificaba los diferentes proyectos sobre los “medios interculturales” en el siguiente modo: *Medios de minorías*, los proyectos que son en gran parte de y para las minorías presentes en muchos países diferentes; los proyectos *Fuera de alcance*, donde grupos establecidos por la mayoría de la sociedad tratan de contactar e incluir los grupos de las minorías a través de medios diferentes; la *Campaña o divulgación de la información*, los proyectos que tratan de informar a los miembros del gran público sobre las comunidades de minorías que normalmente no resultan cubiertas por la información tradicional, o que lo son raramente; y los proyectos *Verdaderamente interculturales* que incluyen la comunicación entre personas de culturas muy diferentes, procedentes tanto de grupos de minoría como de mayoría, que a menudo resultan en competición y empeñadas en actividades innovadoras.

1.1 Medios de minorías

Dondequiera que decida una minoría bastante extensa, los medios de minoría son normalmente disponibles. Tanto si se trate de un diario polaco en Gran Bretaña, como de una revista ucraniana en la República checa, como de la prensa turca en Alemania, los medios a menudo toman una forma semejante: escritos en el idioma de minoría, cubren tanto los eventos ocurridos en el país de origen como las problemáticas que emocionan las minorías en sus nuevos países, poniendo así de relieve las historias y los artículos compuestos principalmente por los inmigrados mismos. A veces, toman en consideración los aspectos más interesantes, pero esencialmente tienen un discutible valor intercultural, ya que no comprenden alguna comunicación entre las diferentes culturas, sino mejor contribuyen a mantener el aislamiento cultural. Los medios de minoría son generalmente dirigidos sólo al grupo de minoría mismo y, de esta manera, no constituyen un puente apto a unir los roces entre mayoría y minoría. Los beneficios y los problemas derivados de los proyectos de los medios de minoría son de hecho dignos de discusión, pero en el contexto de la interculturalidad, como se entiende aquí, parecen ser de poco valor.

1.2 Fuera del alcance de las minorías

Un modo en el cual se da inicio al diálogo entre culturas, es cuando la sociedad de mayoría hace una tentativa de alcanzar a las minorías aisladas y excluidas, facilitando el

inicio del proceso intercultural. En algunos casos ha estado un esfuerzo concentrado a favor de los actores para utilizar su posición social a fin de contar activamente con unos grupos, como por ejemplo las actividades interculturales experimentadas por los medios preparadas por Pangea o por la librería de Cheb, en la República checa. En este caso, los bibliotecarios de una ciudad con una población vietnamita no integrada y bastante grande. Declararon sus intenciones explícitamente como por ejemplo “alcanzar a los nuevos habitantes de la ciudad (las minorías étnicas) y crear un espacio para el intercambio intercultural”. Invitaban los jefes en la comunidad vietnamita local, exhibían en el tablero de anuncios su cultura y abastecían las librerías de textos en idioma vietnamita. Sin embargo, aunque las tentativas hacia la interculturalidad hayan estado un éxito en algunos niveles, según el librero entrevistado para la investigación, el proyecto fue un éxito en afectar a la mayoría de la población, pero fue un fracaso en alcanzar los miembros adultos de la minoría vietnamita. Contrariamente a las expectativas iniciales, los miembros de la minoría mostraron a duras penas cualquier interés en la compra de literatura en idioma vietnamita.

En algunos casos, la extensión tomó la forma de los medios no convencionales, producidos por grupos sin una tradición mediática fuerte. Por ejemplo, el Congreso de los Sindicatos Británicos (TUC) produjo un opúsculo informativo para los nuevos trabajadores inmigrados en Inglaterra desde la Europa central y oriental con el objeto de informarlos, y aclararles los fundamentos de las leyes sobre el trabajo y de los derechos de los trabajadores en Gran Bretaña. El panfleto, publicado en diferentes idiomas, fue distribuido a través de los puestos de trabajo y de la red tanto a los potenciales que a los efectivos trabajadores inmigrados llegados en Gran Bretaña después de la expansión de la Unión europea de 2004.

Tomando en cualquier modo nuestro ejemplo de Intercultural Media, está claro que ninguno de los proyectos indicados antes transmite realmente algo que pueda ser descrito como verdaderamente intercultural. Esto no es para desmentir su valor; por ejemplo, para los trabajadores inmigrados el descubrimiento de sus derechos es sin duda un importante mejoramiento de su situación.

De todas formas, mientras trabajamos con el objetivo de mejorar las relaciones interculturales, está claro que hay otro importante grupo de referencia, después de todo una conversación proviene de dos lados: no sólo de la minoría de la sociedad, sino también de la mayoría de la población a la cual tiene que dirigirse.

1.3 Campaña y divulgación de la información

Muchos prejuicios derivan de la desinformación, los diferentes proyectos tratan de restablecer el equilibrio a través de un conjunto de medios de comunicación diferentes, como diarios, exposiciones, periódicos. Su contribución a mejorar las relaciones interculturales deriva del hecho de que nos ayudan a crear un terreno más fértil para las futuras actividades culturalmente transversales, permitiendo así a la mayoría de la población comprender mejor las minorías étnicas con las cuales viven: su historia, su cultura y sus vidas.

Por ejemplo la exposición “Gastarbajter” sobre las migraciones laborales en Austria, pone de relieve el papel que los inmigrantes tuvieron desde 1960 en el sostén de la economía austriaca durante el boom pos-bélico. La exposición, y otras del mismo tipo como el Kreuzbrg Museum, ayudan también a dar un contenido emocional a las historias de los inmigrantes, especialmente cuando revelan las duras decisiones que los inmigrantes tomaron en el momento en el cual tuvieron que dejar los propios amigos y familiares. El proceso de divulgación fue ulteriormente ayudado por la exposición que tuvo lugar en un museo “tradicional” y, de este modo, llegaron a ser disponibles a muchos miembros del público que normalmente no habrían podido informarse sobre la historia de los trabajadores inmigrantes al interior del país.

Algunos proyectos, sin embargo, no siempre interesan los inmigrantes de manera directa. Principalmente éstos no se dirigen antes de todo a la minoría, sino todavía a la mayoría de la población. En consecuencia, aunque sean útiles y interesantes, tanto en el sentido metodológico que en lo de la “buena práctica”, no podemos definirlos como verdaderamente interculturales. Una vez más nos ayudan en el proceso de diálogo entre culturas, ya que infringen los prejuicios y ofrecen ocasiones de reflexión a las personas que no podrían encontrarlas de otra manera.

2 Proyectos verdaderamente interculturales

Los proyectos que unen personas procedentes de bagajes culturales, culturas y etnias diferentes en producir medios verdaderamente interculturales, existen en toda Europa. Naturalmente al interior de estos proyectos hay ejemplos tanto de buenas como de malas prácticas y algunos tuvieron más éxito que otros, pero estos proyectos no se basan sólo en la creación de una comprensión intercultural, o en el desarrollo de vínculos entre grupos de minoría y mayoría, sino tienen el valor añadido que son interculturales en su

misma naturaleza. Ellos son el resultado de una comunicación entre culturas diferentemente percibidas: los medios interculturales.

Por ejemplo, Radio Multikulti en Alemania reúne muchos grupos étnicos diferentes que viven al interior del país con el objeto de crear una emisora de radio que transmita en 18 idiomas diferentes a una variedad de culturas. Al inicio la emisora de radio utilizaba presentadores procedentes de los países de origen, manteniendo una sensación genuina de agrupación de diferentes culturas en un solo lugar, que se puede decir que incrementa la naturaleza intercultural de la emisora. Otras emisoras de radio de y para las minorías existen en otras partes de Europa, como Radio FRO, Radio Stimme y Radio Orange.

Mientras Radio Multikulti distingue claramente las personas en base a su bagaje étnico con el objeto de hacer de modo que todos los grupos étnicos bastante grandes se adapten en sus categorías, otros proyectos mediáticos interculturales, por ejemplo la página de Indymedia sobre la inmigración o Kanak TV, en Alemania también, llegan a ser interculturales ignorando completamente el problema étnico y de la origen. Estos, a través de sus películas provocatorias, incitan a un interés para los medios interculturales – que quizás hacen más para la integración que las tentativas tradicionales que automáticamente agrupan los diferentes grupos.