

MEDIOS TRANSNACIONALES, POLÍTICA Y CULTURA EN EL MUNDO ÁRABE (1991-2017)

Marwan M. Kraidy

Introducción

En el último cuarto de siglo, el mundo árabe ha asistido al desarrollo de un peculiar sistema mediático que está enredando a las naciones-Estados en estructuras comunicacionales regionales. El desarrollo desde 1990 de canales satélite con difusión por todo el mundo árabe ha creado una esfera mediática, política y cultural panárabe. A finales del siglo XIX ya existía una esfera pública supranacional en Oriente Medio y, a mediados del siglo XX, la radio egipcia *Sawt al-Arab* ('la voz de los árabes') atravesó las fronteras nacionales para dirigirse a todo el mundo árabe, pero la esfera de comunicación regional que emergió desde comienzos de los noventa con los medios satélite, expandiéndose posteriormente con los blogs y redes sociales, ha logrado un impacto más amplio y profundo, hasta el punto de convertirse en parte de la vida cotidiana en el mundo árabe.

Además de los canales árabes de noticias que cubren cada acontecimiento desde diversos puntos de vista en competencia —en un ámbito básicamente dominado por la cadena qatari *Al-Jazira* y por su rival saudí *Al-Arabiya*—, existen canales televisivos gubernamentales en árabe que emiten desde París, Londres, Teherán, Washington y Moscú. En algún momento a mediados de la primera década de 2000, existían aproximadamente 700 canales satélite en árabe, que reflejaban todas y cada una de las facciones ideológicas, religiosas y políticas en liza. Pero las líneas editoriales de los actores claves *Al-Jazira* y *Al-Arabiya* han ido convergiendo y divergiendo según los ciclos de crispación o distensión geopolítica.

Al mismo tiempo, con la expansión de las comunicaciones en línea y móviles, y el auge del fenómeno de los blogs, a mediados de esa misma década, surge una nueva configuración comunicacional —el espacio hipermediático— que ha conectado a los viejos y nuevos medios, abriendo la comunicación pública a actores más allá de los Estados y corporaciones.¹

Las revueltas árabes, iniciadas a finales de 2010 en Túnez, permitieron la entrada en escena de nuevos actores, como el canal beirutí *Al-Mayadeen*, que ahora ocupa el espacio propalestino, pro-Hezbollah, antisaudí, antiisraelí y antiamericano antaño ocupado por *Al-Jazira*. En este entorno mediático tan dinámico, los canales estatales siguen luchando por no perder terreno. Proliferan también los canales de entretenimiento, con su copiosa dieta de *musalsalat* (culebrones), *reality shows*, concursos, vídeos musicales e *infomerciales*. Las audiencias suelen llegar a su cénit anual durante el mes sagrado musulmán del ramadán.²

Este ensayo propone una periodización del desarrollo de la esfera mediática transnacional en el mundo árabe en tres fases: la primera, sin duda su periodo ex-

1 Véase Marwan M. Kraidy (2010). *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. Nueva York: Cambridge University Press.

2 Véanse *Ibidem*; y Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries*. Londres: British Film Institute - Palgrave Macmillan.

pansivo, se inicia con la inauguración de las emisiones satélite panárabes desde Londres en 1991 y finaliza con el estallido de las Primaveras Árabes, en 2010. La segunda fase cubre desde el comienzo de la Revolución de los Jazmines en Túnez, a finales de 2010, hasta el golpe de Estado en Egipto, que estableció una dictadura militar en junio de 2013. La tercera fase consiste en el actual periodo contrarrevolucionario.

La revolución satélite y el auge del espacio hipermediático (1991-2010)

Después de que, en 1991, las audiencias árabes se giraran en masa hacia la *CNN* para seguir las noticias sobre los tanques iraquíes invadiendo Kuwait, un millonario saudí se alió con la casa real para fundar el *Middle East Broadcasting Center (MBC)*, «la *CNN* árabe», pero con sede en Londres. Al poco tiempo, surgieron varios canales árabes «deslocalizados» en Europa, desde donde emitían al mundo árabe vía satélite. La mayoría de los mismos se centraban en noticias y poco a poco se fueron «relocalizando» en el propio mundo árabe.³ El más famoso de estos nuevos canales fue *Al-Jazira*, que comenzó su andadura en Doha en 1996, con una inversión inicial donada por el emir de Qatar de 140 millones de dólares, lo que le permitió contratar a más de 200 periodistas, reporteros y directores araboparlantes con formación en la *BBC* británica, aprovechando precisamente el desmantelamiento de la *BBC Arabic* en 1996.⁴

El atrevido estilo periodístico de las noticias de *Al-Jazira* no tardó en ofender a los líderes árabes, muy habituados a la deferencia extrema, así como a las potencias occidentales, muy poco habituadas a ver cuestionados sus relatos sobre la actualidad global. A comienzos de 2004, el Gobierno de Qatar ya había recibido más de 500 reclamaciones formales de otros Gobiernos árabes relacionadas con *Al-Jazira*.⁵ En un entorno de canales televisivos públicos, cuyas noticias consistían básicamente en continuas loas a los dirigentes, el rigor y crudeza de las noticias y debates de *Al-Jazira* resultaron muy chocantes. El canal no se arredra en invitar y entrevistar a funcionarios israelíes, a clérigos egipcios, a disidentes saudíes, a intelectuales árabes en el exilio, a activistas feministas y a funcionarios árabes.⁶

En 2003, los saudíes inauguraron un canal con sede en Dubái, bautizado como *Al-Arabiya*, para hacer la competencia a *Al-Jazira*, en un momento en que las crecientes presiones tanto árabes como occidentales, dirigidas por la Administración Bush, pesaron en la decisión de Qatar de hacerse con el control de la cadena.⁷ Al mismo tiempo, las tensiones entre una facción nacionalista árabe y un grupo favorable a los Hermanos Musulmanes —cuyo islamismo *wasati* ('centrista') contaba con el apoyo de la familia real qatari— fueron minando a la cadena por dentro.⁸ *Al-Jazira* logró fama mundial tras las invasiones estadounidenses y británicas de Afga-

3 *Ibidem*.

4 *Ídem*.

5 Olfa Lamoulou (2004). *Al-Jazira, Miroir Rebelle et Ambigu du Monde Arabe*. París: La Découverte, p. 20.

6 Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries*. *Op. Cit.*

7 Marwan M. Kraidy (2010). *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. *Op. Cit.*

8 Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries*. *Op. Cit.*; Claire-Gabrielle Talon (2011). *Al Jazeera: Liberté d'expression et pétromonarchie*. París: Presses Universitaires de France.

nistán e Iraq en 2001 y 2003, cuando su amplia cobertura de las mismas fue aprovechada por los medios occidentales, mientras la cadena era acusada de hostilidad contra la coalición invasora.⁹

Diez años después de su inauguración, *Al-Jazira* se redefinió a sí misma como «red» —y ya no solo canal aislado—, que reunía canales deportivos, infantiles, de actualidad, documentales y emisiones en inglés, además de dos páginas web. En noviembre de 2006 se presentó a la luz pública *Al-Jazira English*,¹⁰ un nuevo canal con el que pretendía competir con líderes del mercado global de noticias como la venerable *BBC*, la *CNN* y *Sky News*. Contaba con oficinas en Doha, Kuala Lumpur, Londres y Nueva York, una red en la que Doha actuaba como nodo central de interconexión, pero donde cada sede producía, grababa y emitía en directo sus propios programas.¹¹ Una reciente investigación demuestra de hecho cómo las tres oficinas de *Al-Jazira* en Estados Unidos (*Al-Jazira English* en Washington, *Al-Jazira America* en Washington y *Al-Jazira +* en San Francisco) determinaron el desarrollo de la red.¹² Gracias a esta cadena, Qatar consiguió llevar a cabo con éxito lo que los analistas de medios globales denominan «contraflujo», es decir, el establecimiento de flujos de información, entretenimiento y cultura desde el Sur Global hacia Occidente, una proeza en la que potencias mucho más poderosas habían fracasado.¹³

Al mismo tiempo, el lanzamiento en 1996 de la difusión satélite de las emisoras libanesas de la *Lebanese Broadcasting Corporation (LBC)* y *Future Television (FTV)*, que hasta entonces solo habían retransmitido vía terrestre en el Líbano, supuso la chispa que hizo estallar una nueva polémica mediática de alcance panárabe: las controversias relacionadas con los *reality shows* o telerrealidad árabe.¹⁴ A mediados de la primera década de 2000, numerosos escándalos de telerrealidad sacudieron la escena árabe, mientras la Administración Bush irrumpía en Oriente Medio invadiendo Iraq. Programas de espectáculos como «*Al-Ra'is*» (*MBC*), «*Star Academy*» (*LBC*) y «*Superstar*» (*FTV*) se convirtieron en arenas políticas, al dar eco a los debates existenciales, políticos y culturales que bullían en las poblaciones árabes del momento. Las polémicas televisivas giraban en torno a temas como el islamismo radical, la geopolítica petrolera, las tensiones Estados Unidos-Irán, el conflicto político y militar en el Líbano o la ocupación y la violencia en Iraq y Palestina. En semejante contexto, una telerrealidad intensamente politizada y atravesada por las rivalidades interarábicas sirvió para alimentar el nacionalismo y disparar las controversias socioeconómicas ante un masivo y cautivado público.¹⁵ Se fomentó así una amplia participación en debates sobre un extenso abanico de cuestiones políticas, económicas, sociales y religiosas. Y los diversos regímenes árabes también se vieron obli-

9 Mohamed Zayani (2005). *The Al-Jazeera Phenomenon; Critical Perspectives on New Arab Media*. Boulder: Paradigm.

10 Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries*. Op. Cit.

11 Marwan M. Kraidy (2008). *Al-Jazeera and Al-Jazeera English: A Comparative Institutional Analysis*, en Michael Kugelman (ed.). *Kuala Lumpur Calling: Al-Jazeera English in Asia*. Washington D. C.: Woodrow Wilson International Center for Scholars, pp. 23-30.

12 William Lafi Youmans (2017). *An Unlikely Audience: Al Jazeera's Struggle in America*. Nueva York: Oxford University Press.

13 *Ibidem*.

14 Marwan M. Kraidy (2010). *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. Op. Cit.

15 *Ibidem*.

gados a unirse a los debates, cuando sus opositores aprovechaban estos programas para apuntarse tantos a su favor.¹⁶ Incluso el mayor órgano religioso-judicial saudí acabó emitiendo una fetua sobre «Star Academy», que se había convertido ya en una auténtica obsesión entre los telespectadores saudíes.¹⁷ Al dar voz pública a la juventud y a las mujeres, la telerrealidad estaba ampliando la esfera política árabe.

Otro género televisivo de entretenimiento políticamente hiperactivo fue el de los vídeos musicales árabes. Estos comenzaron a difundirse por todo el mundo árabe vía satélite, pero también en línea y comunicación móvil. Aunque el punto álgido de la telerrealidad se produjo justo antes de la recesión de 2008, los vídeos musicales siguieron resultando rentables tras la misma —especialmente para las cadenas televisivas musicales.¹⁸ Y suscitaron también numerosas controversias.¹⁹ Con su cautivadora estética publicitaria, estos vídeos resultan interesantes no solo por su aspecto provocador, sino también porque muchos plantean cuestiones altamente controvertidas. Los canales no especializados, patrocinados tanto por sellos musicales como por grandes empresas e incluso príncipes saudíes, emiten muy a menudo vídeos musicales entre sus programas, asegurándoles así una gran difusión. Aparte de estos canales, las audiencias tienen también acceso a una gran diversidad de vídeos —muchos comerciales, pero también patrióticos, religiosos, corporativos, militares o cosmopolitas— en sus móviles, páginas web, iTunes, YouTube e innumerables blogs y páginas de Facebook. Parecen existir vídeos musicales dirigidos a todos y cada uno de los grupos identitarios árabes imaginables. Algunos vídeos siguen tratando el cuerpo femenino como un objeto, afirmando las normas sociales conservadoras, pero muchos otros son socialmente muy progresistas, presentando de forma positiva a personajes gays y lesbianas, o bien representando a mujeres valientes que desafían al machismo en espacios públicos. Los cuerpos femeninos están omnipresentes, ya sea en los vídeos más comerciales protagonizados por estrellas sexis, en vídeos patrióticos donde las mujeres simbolizan a la nación, o incluso en vídeos islamistas en los que sirven para marcar simbólicamente las fronteras sociales. En cuanto a los vídeos musicales militares, Hezbollah difundió muchos durante la guerra contra Israel de 2006, como hicieron igualmente los insurgentes iraquíes, intentando vincular nacionalismo y religión mediante ritmos e imágenes de lucha armada. Por otro lado, muchas empresas se promocionan mediante vídeos musicales corporativos en los que también abordan temas sociales o políticos. En cuanto a los vídeos musicales cosmopolitas, suelen grabarse en inglés y a veces vinculan política y sexualidad de formas impredecibles, reflejando el

16 *Ídem.*

17 Marwan M. Kraidy (2010). *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. *Op. Cit.*

18 Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries*. *Op. Cit.*

19 Salam Al-Mahadin (2008). From Religious Fundamentalism to Pornography? The Female Body as Text in Arabic Song Videos, en Katharine Sarikakis y Leslie Regan Shade (eds.). *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*. Lanham (Maryland): Rowman and Littlefield; Walter Armbrust (2005). «What Would Sayyid Qutb Say? Some Reflections on Video Clips», *Transnational Broadcasting Studies*, 14; Michael Aaron Frishkopf (ed.) (2009). *Music and Media in the Arab World*. El Cairo: American University in Cairo Press; Marwan M. Kraidy (2012). «Contention and Circulation in the Digital Middle East: Music Video as Catalyst», *Television and New Media*, vol. 14, n.º 4, pp. 271-285.

doble deseo de ampliar su mercado vídeo-musical más allá del mundo árabe, pero también de provocar a las audiencias occidentales, desmontando los estereotipos sobre los árabes.

En la primera década de 2000, el entorno mediático panárabe se amplió con el auge de los blogs, de la telefonía móvil y, al final de la misma, con el surgimiento de las redes sociales. Vinculando la televisión satélite con los móviles e internet, la telerrealidad y los vídeos musicales han popularizado las prestaciones del nuevo panorama mediático, que rentabiliza la implicación de la audiencia vía *likes*, nominaciones y votaciones entre competidores de *reality shows* o entre vídeos favoritos, integrando posteriormente a las redes sociales, con todo su potencial movilizador. Este entorno, que denomino «espacio hipermediático» —donde los medios «viejos» y «nuevos», «alternativos» y «masivos», se hallan interconectados en un sistema comunicativo— ha transformado la forma de comunicarse de los ciudadanos y consumidores árabes con sus Gobiernos y empresas, poniendo las bases de algunas de las prácticas activistas que luego emergieron durante las Primaveras Árabes, así como del distópico uso de los medios por parte del Estado Islámico.²⁰

Las revueltas árabes y el auge de la insurgencia creativa

Las revueltas árabes, que estallaron a comienzos de diciembre de 2010, han transformado el entorno mediático árabe. Como muchos analistas ya han señalado, el uso de redes sociales como Twitter, Facebook y YouTube creció exponencialmente durante las revueltas, aunque el impacto real de estas tecnologías sobre la política árabe ha sido a menudo exagerado.²¹ Al mismo tiempo, los medios convencionales establecidos fueron cambiando su línea editorial y surgieron nuevas emisoras y canales. En este entretiem po, la producción musical se frenó y la industria musical acabó pidiendo prácticamente un «alto el fuego». Los sistemas mediáticos nacionales sufrieron importantes cambios, debido al auge de los partidos islamistas (los Hermanos Musulmanes en Egipto y Ennahda en Túnez), que tras ganar las elecciones pretendieron «purificar» la televisión con nuevas políticas, mientras grupos salafistas asaltaban canales que emitían contenidos juzgados ofensivos según su interpretación del islam. A medida que los actores políticos más establecidos se tambaleaban, aparecían nuevos medios que los desafiaban, reflejando la emergencia de nuevos actores políticos. La popularidad de los diversos géneros televisivos se alteró profundamente; por ejemplo, en Egipto los índices de audiencia de los *talk shows* o espectáculos de debate se dispararon hasta tal punto que, en julio y agosto de 2013, comenzaron a competir con los culebrones, siempre tan seguidos durante el ramadán.

20 Marwan M. Kraidy (2010). *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. Op. Cit.; Marwan M. Kraidy (2006). «Governance and Hypermedia in Saudi Arabia», *First Monday*, vol. 11, n.º 9; Kristina Riegert (2015). «Understanding Popular Arab Bloggers: From Public Spheres to Cultural Citizens», *International Journal of Communication*, vol. 9, pp. 458-477.

21 Se puede consultar una excelente investigación sobre redes sociales y activismo durante las revueltas árabes en Mohamed Zayani (2015). *Networked Publics and Digital Contention: The Politics of Everyday Life in Tunisia*. Oxford: Oxford University Press.

A lo largo de todo el otoño de 2011 y la primavera de 2012, a medida que la revuelta en Siria derivaba hacia una brutal guerra civil que iba invadiendo los noticieros, *Al-Jazira* se convirtió en una voz importante de apoyo a los rebeldes que luchaban contra el régimen de Bashar al-Asad. Esto produjo importantes tensiones internas en el canal, y varios empleados de la sede de Beirut (que estaba a cargo de la cobertura de Siria) dimitieron, en protesta contra «las órdenes de arriba». En Egipto, este canal apoyó a los Hermanos Musulmanes contra Mubarak. Las coberturas de *Al-Jazira* de los conflictos en Siria y Egipto eran en realidad muy congruentes con sus posicionamientos habituales. Pero su cobertura de las protestas en Bahreín no lo fue tanto, pues el canal acabó poniéndose de lado de la familia real bahreiní, tradicional aliada de Arabia Saudí. Este sorprendente cambio editorial reflejaba en realidad cierta reconciliación qataro-saudí. Este enorme contraste entre su apasionada cobertura del conflicto en Siria y su casi total ausencia en las revueltas en Bahreín condujeron a acusaciones de aplicar un sesgo editorial de doble rasero.

Mientras *Al-Jazira* y *Al-Arabiya* parecían converger, surgieron numerosos nuevos canales con posturas opuestas sobre el conflicto sirio —*Al-Mayadeen*, con un seguimiento limitado y una audiencia mucho menor, *Al-Manar* patrocinado por Hezbollah, el canal iraní *Al-Alam*, bastante más modesto, y varios canales sirios—, en lo que podría calificarse de una nueva Guerra Fría en Oriente Medio. Pero tal vez el cambio más notable en la industria informativa televisiva sea la aparición de *Al-Mayadeen*, con base en Beirut y dirigida por el ex redactor jefe de *Al-Jazira* en la capital libanesa, Ghassan Bin Jeddu.

La Primavera Árabe ha potenciado la rivalidad político-mediática entre Arabia Saudí y Qatar. Tras un primer periodo de *shock*, según eran desalojados del poder sucesivamente Ben Ali en Túnez, Mubarak en Egipto y Saleh en Yemen —todos ellos, aliados de Arabia Saudí—, las monarquías del Golfo acabaron reaccionando y desplegaron nada más y nada menos que una contrarrevolución en toda regla. Mientras Qatar patrocinaba a los Hermanos Musulmanes en Egipto y a su filial en Túnez, Ennahda —ambos vencedores en las primeras elecciones libres—, los saudíes se dedicaron a promocionar a los partidos salafistas, especialmente al partido Al-Nour en Egipto. Los saudíes también se implicaron en la batalla perdida de mantener a Saleh al frente de Yemen, país que consideran su «patio trasero». Pero el levantamiento popular en Bahreín proyectó el espectro del cambio de régimen al propio Consejo de Cooperación del Golfo (CGG), logrando que los dos eternos rivales, Qatar y Arabia Saudí, se unieran para combatirlo. Apelando a la cláusula de defensa del CGG «Escudo de la Península», las fuerzas armadas saudíes entraron en Bahreín por el paso elevado (puente) de 15 kilómetros que une ambos reinos a través de las aguas del golfo Pérsico, para ayudar a la monarquía bahreiní en la represión de la rebelión. Las monarquías del Golfo llevan tiempo acusando a Irán de inmiscuirse en sus asuntos a través de Bahreín, donde los chiíes son mayoritarios. Kuwait, por su parte, posee una significativa minoría chií, y en la provincia oriental de Arabia Saudí, muy rica en petróleo y minerales, predominan los chiíes.

Durante este periodo se comenzó a dar un resurgimiento de las emisiones televisivas nacionales, tanto terrestres como por satélite, siendo Egipto el ejemplo

más ilustrativo de esta tendencia. Coincidiendo con la caída de Mubarak, en febrero de 2011, y con la aceleración del frenesí político egipcio hasta las elecciones legislativas, los índices de audiencia de los *talkshows* de debate-espectáculo se dispararon, estimulados por la recién conquistada libertad para hablar de política sin trabas. Se dieron algunos sucesos mediáticos inesperados que reventaron todos los registros de audiencia, como la dimisión del primer jefe de Gobierno post-Mubarak en directo en un *talkshow*. En momentos de gran agitación, cuando la gente está sedienta de información sobre las cuestiones de política y seguridad, no resulta sorprendente que los programas de noticias locales y nacionales, de análisis político y de debate tomen la delantera sobre la programación de mero entretenimiento.

Las Primaveras Árabes hicieron que el mundo del entretenimiento mediático se estremeciera sobre sus bases. Por un lado, los nuevos partidos islamistas en el poder en Egipto y Túnez se dedicaron a intentar «limpiar» el entretenimiento de contenidos sexuales, para adaptarlo a su visión de una sociedad virtuosa. La precaria situación de seguridad en Siria obligó a su producción cinematográfica a exiliarse a Beirut, El Cairo y Abu Dabi. Pero incluso en El Cairo, las cada vez más difíciles condiciones de seguridad provocaron el retraso o modificación de numerosas producciones. Estrellas del pop como Amr Diab y Sherine Abdel Wahab no tuvieron otra opción que posponer la presentación de sus nuevos álbumes, tradicionalmente programados para el Eid al-Fitr, la principal fiesta musulmana que cierra el mes sagrado del ramadán. En Egipto, Siria y Túnez, actores, cantantes y otras celebridades se vieron arrastradas a auténticas guerras verbales que acabaron en diversos «Muros de la fama» y «Muros de la vergüenza» en internet. Muchos recibieron amenazas, otros fueron secuestrados y unos pocos incluso asesinados.²²

Pero las revueltas árabes también han incubado un vibrante escenario mediático y cultural revolucionario. Un estallido de grafitis, baile, teatro, marionetas, hip-hop, poesía disidente, desde Marruecos hasta Iraq y, en cuestión de meses, de las calles a la pantalla y a las galerías de arte. El vídeo, gracias a su bajo coste de producción y a su fácil acceso a un canal abierto de difusión como *YouTube*, se ha revelado como el medio revolucionario clave y la principal vía de propagación de la producción cultural contestataria.²³ En Bahréin, Siria y Túnez, los vídeos realizados con los móviles han difundido testimonios de atrocidades, han hecho propaganda de diversos partidos, se han burlado de los dictadores y han exhibido todo tipo de obras de animación, baile, teatro y música. Y la realización de algunos vídeos satíricos más refinados, por parte de grupos como Kharabeesh y Masasit Mati, ha insuflado nuevo talento en la producción mediática, con grandes dosis de irreverencia y de estética revolucionaria. Pongamos por ejemplo el vídeo *Top Goon-Diary of a Little Dictator*,²⁴ de Masasit Mati, una serie de representaciones satíricas con marionetas de dedos difundidas inicialmente por internet pero que ha acabado llegando al pú-

22 Marwan M. Kraidy (2014). «Media Industries in Revolutionary Times», *Media Industries Journal*, vol. 1, n.º 2.

23 Marwan M. Kraidy (2016). *The Naked Blogger of Cairo: Creative Insurgency in the Arab World*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.

24 Masasit Mati, *Top Goon Episode 1 Beeshu's nightmares*, <<https://www.youtube.com/watch?v=W5RifYx-Wr-4&t=6s>> [consultado el 21 de noviembre de 2017].

blico masivo en una cobertura mediática global. Con un puñado de marionetas de dedos, mucho esfuerzo personal, trabajo voluntario y sus ahorros personales, los miembros de este grupo produjeron su primera temporada, ridiculizando a Bashar al-Asad y denunciando la brutalidad de su régimen. Pero aunque fracasó en su intento de financiar una segunda temporada mediante una campaña Kickstarter de *crowdfunding* (financiación colectiva), consiguió la visibilidad suficiente para atraer fondos de ONG europeas, como la fundación neerlandesa Prince Claus Fund.

Contrarrevolución, Estado Islámico y el nuevo orden geopolítico (2013-¿?)

El golpe de Estado militar del 30 de junio de 2013, que derrocó en Egipto al presidente electo y líder de los Hermanos Musulmanes Mohamed Morsi, tras aproximadamente un año de mandato, supuso una nueva remodelación del tablero de juego de la industria mediática. Aquellos actores y cantantes pro-Mubarak, que habían permanecido a la defensiva durante el Gobierno de Morsi, volvieron a escena, capitaneando la carga de una despiadada campaña mediática contra los Hermanos Musulmanes, ahora tildados de «terroristas». Durante el ramadán de 2013 —este mes supone siempre la temporada de mayor audiencia de series televisivas en el mundo árabe—,²⁵ numerosos espectadores pudieron observar con estupor que las teleseries egipcias demonizaban más a los clérigos que a los policías, mostrándoles en escenas inusualmente atrevidas relacionadas con sexo, drogadicción, violaciones, matrimonio de menores y radicalismo. Los críticos de siempre elevaron las objeciones habituales, pero apenas hubo reacciones ante este creciente planteamiento muy agresivo de cuestiones sociales tan candentes.

El golpe militar en Egipto deterioró las relaciones de este país con Turquía. Y es que el primer ministro turco, Recep Tayyip Erdogan, era un sólido aliado del presidente egipcio Mohamed Morsi. En efecto, el Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP, por sus siglas en turco) de Erdogan y los Hermanos Musulmanes son primos carnales ideológicos. Así que el líder turco fue muy crítico con el golpe que desalojó a Morsi y, en agosto de 2013, según concluía el ramadán, estalló una guerra verbal entre los líderes turcos y egipcios. Como resultado de ello, el mundo artístico egipcio, exasperado por las medidas adoptadas por el Gobierno de Morsi y tradicionalmente muy susceptible ante cualquier crítica extranjera de su país, comenzó a promover la idea de boicotear las series televisivas turcas, que además llevaban la última mitad de la década compitiendo duramente con las egipcias y sirias por los índices de audiencia.²⁶ Erdogan, que no es precisamente famoso por su prudencia retórica, criticó con especial crudeza a Al-Azhar, la venerable universidad religiosa egipcia, por su apoyo al golpe, afirmando que la Historia la juzgaría implacablemente. Inmediatamente, los canales televisivos privados egipcios cancelaron sus acuerdos con productoras turcas, los artículos de opinión de la prensa egipcia se hicieron aún más hostiles contra Turquía y varias celebridades del país opinaron que «boicotear las series turcas es un deber patriótico».

25 Marwan M. Kraidy y Joe F. Khalil (2009). *Arab Television Industries. Op. Cit.*, cap. 5.

26 Marwan M. Kraidy y Omar Alghazzi (2013). «Neo-Ottoman Cool: Turkish Popular Culture in the Arab Public Sphere», *Popular Communication*, vol. 11, n.º 1, pp. 17-29.

Las colaboraciones artísticas egipcio-turcas quedaron paralizadas; Turquía decidió reconsiderar los miles de millones en concepto de ayudas que había prometido a Egipto y el boicot comenzó a tomar cuerpo. Numerosos canales televisivos del Golfo, notablemente *Dubai TV* y *Abu Dhabi TV*, anunciaron que se unían al boicot en solidaridad con las empresas mediáticas egipcias, aunque sus razones reales parecen más políticas, puesto que Emiratos Árabes Unidos (EAU) considera a los Hermanos Musulmanes un culto criminal y fue uno de los principales defensores del golpe militar del 30 de junio de 2013 que derrocó a Morsi. En cambio, tras la postura aparentemente política de los medios egipcios, parece ocultarse una grave preocupación por el pujante éxito comercial de las teleseries turcas, cuyo boicot concedería, en opinión de algunos, un respiro a las producciones egipcias (en los tres años anteriores, docenas de teleseries egipcias ya producidas se quedaron sin emitir, en gran parte por culpa ciertamente de la delicada situación política, pero también por la dura competencia de las producciones sirias y turcas).

También el surgimiento del grupo autodenominado —tras varios cambios de nombre— Estado Islámico (EI), a raíz de la invasión de Iraq de 2003 liderada por Estados Unidos y Gran Bretaña, ha marcado un nuevo episodio en la historia de los medios árabes. Este grupo ha desarrollado una amplia y elaborada estructura mediática, con «ministerio de los Medios» incluido y varios departamentos a su cargo, un alto comité de tres responsables de supervisar todas las campañas mediáticas, varias delegaciones en sus vilaratos (provincias), estudios e infraestructuras diversas. Pero el EI se ha hecho famoso sobre todo por su prodigioso impacto en las redes sociales, con miles de imágenes y vídeos propagados vía Twitter, Telegram y sus boletines electrónicos, como *Dabiq*, *Rumiyya* y *al-Naba'*; muchos de estos documentos, pero no todos, consisten en imágenes ultraviolentas.²⁷

La calidad, escala e impacto de las producciones audiovisuales del EI demuestra el auge de los actores no estatales como auténticos productores mediáticos en el mundo árabe. Aunque los informes del propio EI sobre sus producciones mediáticas giran mayoritariamente en torno al papel desempeñado en las mismas por sus reclutas de origen occidental, este auge de su capacidad comunicativa refleja el elevado nivel de desarrollo y difusión de la pericia técnica mediática en el mundo árabe, además de las posibilidades de los medios digitales y sus menguantes costes de producción. Por otro lado, la cobertura mundial de estos productos comunicativos del EI demuestran su hábil explotación del entorno mediático comercial global, que suele hacer rápidamente eco y amplificación de sus acciones y producciones comunicativas.²⁸ Finalmente, el auge mediático del EI y el bandazo del discurso público sobre el papel de la comunicación digital en el mundo árabe —pasando, casi de un día para otro, de una postura tan laudatoria en su valoración del uso de las redes durante las Primaveras Árabes (hablando de «hábil activistas digitales») a una perspectiva altamente negativa de las producciones del EI (tachadas de «yihadismo digital»)— demuestran la superficialidad de los marcos analíti-

27 Marwan M. Kraidy (2017). «The Projectile Image: Islamic State's Digital Visual Warfare and Global Networked Affect», *Media, Culture & Society*, vol. 39 n.º 8.

28 *Ibidem*.

cos en lo relativo a la comprensión de los impactos mediáticos y sociopolíticos en el mundo árabe.²⁹

Más recientemente, la crisis entre Qatar y sus vecinos árabes ha puesto a esta minúscula monarquía del golfo Pérsico en el centro del foco. En junio, tres miembros del CCG: Arabia Saudí, EAU y Bahrein, además de Egipto, han cortado todos sus lazos políticos y económicos con Qatar, supuestamente como protesta por su «apoyo al terrorismo». No obstante, las causas reales de esta crisis, y del descontento del bloque liderado por Arabia Saudí, son mucho más complejas y tienen que ver con las vastísimas reservas de gas natural qatari y del uso de las mismas para llevar a cabo una política exterior y de seguridad independiente, desarrollando así su propia influencia regional y global. El potente imperio mediático qatari, liderado por la red *Al-Jazira*, también constituye una de las claves del conflicto.

Los Gobiernos de Arabia Saudí, Egipto y EAU temen a los Hermanos Musulmanes y plantean el cese del apoyo a los mismos por parte del Gobierno qatari, así como la entrega de algunos de los miembros de esta organización islamista, como condiciones claves para poner fin al embargo decretado sobre Doha.³⁰ Otra cuestión que ha enfurecido al bloque liderado por los saudíes ha sido el papel desempeñado en los últimos años por los medios de comunicación qatariés. Y en el corazón de esta disputa mediática se halla *Al-Jazira*, la red multilingüe que incluye varios canales satélite y plataformas en línea.³¹ La lista de trece condiciones presentada por la coalición prosaudí a Qatar para levantar el embargo contiene la exigencia de que Doha cierre *Al-Jazira* y sus sucursales, así como *Middle East Eye*, una web de noticias en inglés con sede en Londres, *Al-Araby al-Jadeed*, una web de noticias en árabe, *Al-Rassd*, una agencia de noticias dirigida a Egipto, y toda una serie de otros medios que cuentan con financiación qatari.

Conclusión

La aparición, en el último cuarto de siglo, de una esfera mediática regional que abarca a todos los países árabes supone una evolución única en la comunicación global. Esta esfera pública panárabe hunde sus raíces en el desarrollo, desde los años sesenta, de la difusión por satélite, y se ha expandido gracias al surgimiento de las plataformas digitales, basándose en un idioma común y alimentándose de la aparentemente eterna cascada de guerras y crisis que plaga la región desde comienzos de los noventa.

El sistema resultante no es, sin embargo, una esfera pública transnacional donde todos los países árabes poseen la misma influencia. Se trata más bien de un sistema regional superpuesto a las esferas mediáticas nacionales, sobre el cual ciertos países —especialmente Arabia Saudí y Qatar— poseen una influencia des-

29 Kraidy (2010); Marwan M. Kraidy (2017). «Revisiting Hypermedia Space in the Era of Islamic State», *The Communication Review*, vol. 20, n.º 3, pp. 165-171.

30 Gregg Carlstrom (2017). «What's the Problem with Al Jazeera», *The Atlantic*, 24 de junio de 2017.

31 Patrick Wintou (2017). «Qatar Given 10 Days to Meet 13 Sweeping Demands by Saudi Arabia», *The Guardian*, 23 de junio de 2017.

proporcionada. Otros países antaño mediáticamente dominantes, como Egipto, se han mostrado incapaces de competir a escala regional, por culpa de la sobredimensión de su burocracia estatal, o como Siria, cuya industria televisiva ha sucumbido tras el estallido de la guerra en 2011.

Si bien los poderosos Estados de la región siguen dominando el tablero, la introducción de nuevos tipos de plataformas mediáticas ha abierto la esfera pública panárabe a nuevas voces, incluyendo entre ellas a empresas, movimientos sociales y grupos no estatales como el Estado Islámico. Activistas y militantes han aprendido a crear nuevas fórmulas mediáticas de enorme difusión, mientras los Estados han desarrollado nuevas capacidades de censura y control. Ahora más que nunca, los medios transnacionales en el mundo árabe se están enredando en una inestable lucha de poderes en lo político, económico y cultural, que mantiene a su vez una relación cambiante con instancias mediáticas y geopolíticas globales.

BIOGRAFÍA DEL AUTOR

Marwan M. Kraidy es el titular de la cátedra Anthony Shadid de Comunicación y el director del Proyecto de Investigación Avanzada en Comunicación Global (PAR-GC) en la Annenberg School for Communication de la Universidad de Pensilvania (Filadelfia, EE. UU.). Ha recibido becas de la John Simon Guggenheim Memorial Foundation y del Woodrow Wilson International Center for Scholars, ha impartido clases por todo el mundo y ha publicado más de 100 disertaciones y 6 libros, incluido *Reality Television and Arab Politics* (Cambridge University Press, 2010). Kraidy ha ocupado la cátedra Edward Said de Estudios Estadounidenses en la Universidad Americana de Beirut, ha sido profesor invitado en la Sorbona (París), profesor auxiliar de Relaciones Internacionales en la Universidad Americana de Washington D. C., y profesor auxiliar de Estudios Crítico-Culturales en la Universidad de Dakota del Norte.

TRADUCCIÓN

AEIOU – Traductores (Inglés).

RESUMEN

Este ensayo propone una periodización del desarrollo de la esfera mediática transnacional en el mundo árabe a lo largo de más de un cuarto de siglo (1991-2017), en tres fases: la primera, sin duda su periodo expansivo, se inicia con la inauguración de las emisiones satélite panárabes desde Londres en 1991 y finaliza con el estallido de las Primaveras Árabes, en 2010. La segunda fase cubre desde el comienzo de la Revolución de los Jazmines en Túnez, a finales de 2010, hasta el golpe de Estado en Egipto que estableció una dictadura militar, en junio de 2013. La tercera fase consiste en el actual periodo contrarrevolucionario.

PALABRAS CLAVE

Medios de comunicación, política, cultura, mundo árabe, Oriente Medio.

ABSTRACT

This essay proposes a periodization of the development of the transnational media sphere in the Arab world over a quarter century (1991-2017), in three stages: The first, admittedly expansive period, begins with the beginnings of pan-Arab satellite broadcasting from London in 1991 and ends with the onset of the Arab Uprisings in 2010. The second stretches from the beginning of Tunisia's Jasmin Revolution in late 2010 to the Egyptian military coup that brought a military dictatorship to power in June 2013. The third addresses the ongoing counterrevolutionary period.

KEYWORDS

Media, politics, culture, arab world, Middle East.

الملخص

يسعى هذا العمل البحثي إلى تحقيق تطور مجال الإعلام العابر للأوطان في العالم العربي على مدى أكثر من ربع قرن (1991 ظ 2017)، في ثلاثة مراحل: الأولى، وهي من دون شك مرحلة توسعه، والتي إنطلقت ببدء البث بالعربية عبر الأقمار الصناعية من لندن سنة 1991، والتي إنتهت مع إندلاع الربيع العربي سنة 2010. أما المرحلة الثانية فهي تغطي الفترة الممتدة من إندلاع ثورة الياسمين في تونس، نهاية 2010، إلى الإنقلاب العسكري في مصر الذي أرسى ديكتاتورية عسكرية في يونيو 2013. وأخيراً، المرحلة الثالثة التي توافقت فترة الثورة المضادة الحالية .

الكلمات المفتاحية

وسائل الإعلام، السياسة، الثقافة، العالم العربي، الشرق الأوسط.