

Entre l'humor i el furor: sàtira i visió d'Occident en els mitjans de comunicació del món arabomusulmà

José Maria Perceval

- *L'autor descriu el desenvolupament de l'espai públic de comunicació en el món arabomusulmà i la incidència de l'humor i la sàtira en els mitjans audiovisuals. En primer lloc, esmenta les diferències entre l'humor arabomusulmà de tradició oriental i l'humor occidental. Centra la seva anàlisi en els humoristes i las sèries emeses durant el ramadà en què es critiquen costums socials pròpies de l'herència d'una societat agrària, del patriarcalisme i de les hipocresies religioses. Així també es desenvolupa un camp de crítica a occident entre la reflexió i l'insult amb la creació d'una imatge complexa d'un altre atraient i perillós per a la identitat arabomusulmana.*

Paraules clau

Humor àrab, espai arabomusulmà, telesèries del ramadà, internet en el món àrab.

1. Introducció

El ministre tunisià d'obres públiques visita el seu homòleg egipci i s'admira de la riquesa del seu apartament. "Vine a la finestra i mira —li diu el ministre egipci—. Veus una autopista que entra al Caire? Hi hauria d'haver dues autopistes". Mesos després, el ministre egipci d'obres públiques visita el seu homòleg tunisià i s'admira de la sumptuositat fastuosa del seu apartament. "Vine a la finestra i mira —li diu el ministre tunisià—. Aquí hi hauria d'haver dues autopistes que facilitarien l'entrada a Tunis capital. No n'hi ha cap".

Es tracta d'un vell acudit, ja utilitzat als països anomenats del socialisme real d'Europa de l'est i encara vigent, per exemple, a Ucraïna o les repúbliques asiàtiques de l'antiga URSS. La variació, tant en aquests països com en el sistema mediàtic arabomusulmà, és que aquest tipus d'humor ja no és oral sinó que va entrant progressivament en els programes d'entreteniment de les televisions locals, dels comentaris radiofònics, dels blocs d'internet... com a mostra de l'aparició d'una nova esfera pública¹ que propicia el debat i la reflexió sobre els gestors del poder polític i social.²

- 1 El conjunt d'estudis més interessant sobre aquest naixement de l'esfera pública en el món arabomusulmà ha estat el recollit per EICKELMAN, D.; ANDERSON, J. W. (ed.). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 1999. Conté articles de NORTON, A. R. "The new media, civic pluralism and the slowly retreating state", pàg. 19-28; EICKELMAN, D. "Communication and control in the Middle East: Publication and its discontents", pàg. 29-40; ANDERSON, J. W. "The internet and Islam's new interpreters" pàg. 41-56; ARMBRUST, W. "Bourgeois Leisure and Egyptian Media Fantasies." pàg. 106-132.
- 2 Sobre l'estat àrab modern, vegeu l'obra de MARTÍN, G. *El Estado Árabe*, Barcelona: Bellaterra, 1999.

José Maria Perceval

Professor lector del Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona

L'humor, el comentari satíric, i moltes vegades l'insult directe, van units a la informació, són el seu correlat irònic o lúdic, encara que, en la majoria de les ocasions, els estudiosos de l'opinió ho oblidin. L'humor i la sàtira són ambigus, juguen amb les paraules³ (i si es tracta de material gràfic, amb les imatges),⁴ canalitzen tensions i pulsions molt variades, provoquen tant el diàleg com la violència, deriven en la rialla alliberadora o l'insult excloent, expressen les ànsies d'una identitat en perill o provoquen l'exclusió d'altres identitats mitjançant el menyspreu o el ridícul de determinades característiques considerades negatives. L'humor, per tant, no és positiu ni negatiu en si mateix sinó pel contingut que vehicula.

En el cas del món arabomusulmà tenim una enorme constatació de la presència de l'humor i la ironia en la vida quotidiana i com a element clau en la comunicació de persones i grups. La majoria dels assumptes es tracten amb una forta dosi d'humor i d'argumentacions iròniques, sobretot en el petit comerç, pel costum encara arrelat del regateig.

El problema a l'hora d'analitzar-lo rau en el fet que els estudis sobre l'humor àrab estan centrats en formes i pràctiques de tipus clàssic (treballs sobre literatura i tradició com el gènere humorístic *Adab*⁵) o antropològic, que no relacionen aquest camp amb el de la comunicació mediàtica o el redueixen exclusivament a la comunicació oral, on evidentment són un factor fonamental però no l'únic. Al costat d'aquesta absència o a causa seva, hi ha una ignorància perversa per part de certs autors, com la manifestada recentment per l'escriptor Martin Amis, que inventen una suposada característica d'autocrítica lúdica

occidental etnocèntrica i la contraposen a una encara més suposada absència d'humor en la cultura oriental.

Podem analitzar aquest espai de l'humor i l'insult, de l'exclamació directa i del comentari ciutadà en el món àrab? Sí, tot i que és molt difícil d'aprehendre. El nou panorama mediàtic ofereix aquesta possibilitat eliminant mediacions i filtres de professionals que gestionaven, canalitzaven i censuraven l'opinió. L'avantatge —o perill, segons es miri— del nou sistema mediàtic és l'emergència immediata d'aquests comentaris en la nova esfera pública on es pot practicar un efecte acció-reacció gràcies als comentaris dels usuaris d'internet. L'humor i l'insult, abans reduïts a l'espai oral, poden aparèixer en un programa audiovisual amb participació del públic o directament en els blocs —o en els comentaris als blocs permesos per l'eina d'internet—, a causa de la figura del lectoescriptor, "aquell usuari que llegeix i contesta l'article llegit en xarxa i aporta una reflexió que construeix un nou text".⁶ Els acudits circulen en SMS o es venen en CD als mercats, per tot el món araboislàmic, gairebé tots de tradició clàssica però on se n'introdueixen nous relats o noves versions amb temes com la guerra de l'Iraq o el problema de Palestina, amb els reflexius relats de l'astut heroi Doha o les bestieses de l'emblemàtic mul·là Nasrudin,⁷ protagonistes representatius per antonomàsia dels acudits al món àrab.

El canvi radical al camp de l'opinió pública s'ha provocat per l'emergència d'un nou sistema mediàtic en ebullició contínua que supera els mitjans clàssics, siguin impresos o audiovisuals, que es trobaven esclerotitzats en models ja periclitats i que s'han hagut d'adaptar davant el dinamisme dels nous audiovisuals, liderats per la presència d'Al-Jazira

2 Sobre l'estat àrab modern, vegeu l'obra de MARTÍN, G. *El Estado Árabe*, Barcelona: Bellaterra, 1999.

3 Sobre les sinèdoques, TODOROV, T. *Investigaciones retóricas*. Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires, 1970

4 MORIN, V. "El dibujo humorístico". A AD: *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo, 1972, pàg. 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.

i altres cadenes per satèl·lit. La contrapartida de les cadenes tradicionals hertzianes ha estat la inversió en humor i programes d'entreteniment que compensa la impossibilitat d'oferir una informació tan atractiva i perillosa com la de les cadenes informatives. La major oferta informativa per satèl·lit es coordina, doncs, amb un augment de la ficció (telesèries) i una derivació reflexiva (els debats sobre temes socials) amb una major participació i intervenció de l'usuari (estudis d'audiència, assajos de participació directa o indirecta). Al mateix temps, les notícies emeses per l'efecte Al-Jazira es reflecteixen immediatament a la xarxa —la blocosfera àrab— o en nous suports com els SMS, i mostren que han passat a ser objecte de la conversa quotidiana.

En el món arabomusulmà tot es discuteix. La falta d'informació que era evident fa tan sols una dècada —la possibilitat que va tenir llavors el govern de l'Aràbia Saudita d'amagar tres dies el començament de la guerra del Golf— ja no existeix. I, dins d'aquest conjunt, es produeix la construcció d'una identitat comuna inèdita arabomusulmana que comporta la presència paral·lela d'una construcció fantasmàtica: l'occident dels mitjans de comunicació arabomusulmans, l'occident —més ben dit, l'occidental o l'àrab occidentalitzat— dels programes d'humor i l'occident terrible o satiritzat dels blocs o els SMS, que constitueixen l'altra cara del mirall "orientalista" que va dissecar el professor Edward Said en el seu clàssic llibre.⁸

Ara comptem amb dues visions, totes dues, per cert, "occidentals" i interconnectades: la construcció d'Orient en

Occident, sempre present,⁹ però que s'ha reconstruït de nou de manera molt agressiva i amb matisos nous, a partir de l'atemptat contra les torres bessones;¹⁰ visió que és percebuda de manera molesta i incòmoda en el món arabomusulmà. I, al mateix temps, coordinada amb aquesta, la visió d'occident en el món arabomusulmà formada en el conflicte israelianopalestí i les successives guerres del golf¹¹ que donen els nous mitjans de comunicació arabomusulmans. La desaparició de matisos, la unificació d'estereotips, l'adopció de tòpics deslegitimadors, ha augmentat considerablement.

2. La noció d'insult i humor al món oriental araboislàmic, les diferències notables

A diferència d'altres societats en què l'insult és ritual i s'ordena en uns codis estructurats, al món arabomusulmà, la permissivitat amb l'insult és mínima, ja que afecta l'honor de grup fins i tot abans que el personal (més ben representat per la noció de ridícul).¹² El model de relat humorístic respon narrativament al relat circular o la paràbola, més habitual en el discurs oral oriental —i deriva en el relat curt o l'acudit—, que el relat lineal occidental que va donar origen a la novel·la. La paràbola parteix d'un pressupost previ que es demostra posteriorment al llarg del relat, és una narració amb una intenció educadora i pot barrejar allò seriós i allò divertit, la descripció tràgica o satírica d'una determinada situació. Fins i tot en la novel·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." A 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". A: JOSEPH, S.; SLYOMOVICS, S. (ed.), *Women and power in the Middle East*, Filadèlfia: University of Pennsylvania Press, 2001, pàg. 72-98.

12 Vegeu els dos especials: L'injure, la Sociétés, l'Islam. Une Anthropologie de l'Injure. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, núm. 103-104, juny del 2004; L'humour dans l'Orient. *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, núm. 77-78, octubre del 1996.

moderna àrab, introduïda per ambients intel·lectuals occidentalitzats, aquest sistema continua en els petits relats inserits en el text general o emergents en els comentaris dels protagonistes. D'aquest sistema de relat deriven com a relats curts la faula, el conte curt, l'apòleg i l'acudit, tots amb un enorme desenvolupament en el món arabomusulmà.

L'acudit o el conte curt és l'altra cara de la paràbola educativa o religiosa, del relat curt educatiu o proverbial. La variació en l'acudit és que la conclusió que s'obté al final del relat, tot i que és una conseqüència aparentment lògica amb els pressupostos plantejats en principi, resulta grotesca o ridícula per les conseqüències que provoca. L'acudit havia estat circumscrit al món oral, on continua mostrant una vitalitat impressionant, però havia tingut pocs reflexos en el món literari públic —si no era el cas de translacions de sèries de relats— fins a l'aparició dels programes d'humor audiovisuals i l'explosió de la producció lliure a internet. Ara és un gènere en ple augment geomètric exponencial.

La presència d'aquest estil d'humor oriental a Occident s'ha unit a la llarga tradició de l'humor jueu (de Charlot a Woody Allen, d'Adel Imam o Ahmad Snoussi, més conegut com a "Bziz",¹³ a Nabila Ben Youssef a l'escenari àrab)¹⁴ on l'humorista és fortament autocrític (es riu de si mateix) o destil·la un fort sentit social (es riu de la societat que l'oprimeix). Molts d'aquests humoristes, com el mateix Bziz, han patit una cruel persecució política en els seus països d'origen i s'han hagut d'exiliar en entrar al camp de la ironia política.

Davant aquest humor regenerador i relacionat amb debats necessaris a la renovació interna de la societat, ens trobem amb un altre humor que canalitza tòpics i estereotips socials i ètnics de fort aire segregador i excloent. La crítica social camina moltes vegades al caire de l'abisme insultant quan tracta de defectes físics o suposadament pertanyents a un grup concret de la societat. En el món àrab, els marroquins fan acudits d'algerians, els libanesos dels sirians o els tunisians dels libis... A Egipte, els habitants de l'alt Egipte

són dibuixats com a ignorants (fet que també es reflecteix per la seva particular manera de parlar en els programes televisius de les telesèries o els monòlegs dels humoristes); a l'Àrabia Saudita es riuen dels emigrants pakistanesos, que formen la base del servei domèstic... Als països amb fort control social, l'humor deriva quant a aquesta censura del poder en acudits sobre grups i persones febles (pels seus defectes físics, pels seus orígens socials o ètnics) abans que en la crítica social, religiosa o de la política governamental que, per contrast, s'expressen al carrer i continuen sent orals. La lluita entre els dos continguts humorístics es desenvolupa en els nous marcs mediàtics i del seu desenvolupament dependrà bastant l'evolució progressista o retrògrada del nou espai d'opinió pública arabomusulmà.

3. Nous espais de comunicació pública per a un humor renovat

Al món àrab, l'absència d'imatges i de teatre ha concentrat històricament en el narrador unes funcions que el situen entre el mim i el rondallaire, entre el monologuista teatral i el pallasso, que presenten una gran complexitat i riquesa. La qüestió de la imatge, i de l'absència d'imatge, ha estat tractada àmpliament com una particularitat però, resulta paradoxal, que va ser l'Àrabia Saudita, el 1960, qui es va llançar al camp de la televisió —trencant tota mena de resistència de les autoritats religioses— per contrarestar la influència de la poderosa i perillosa ràdio nasserista, "La veu dels àrabs" (Sawt al-Arab). Ara, de nou, la presència dels telepredicadors antiwahhabites ha provocat l'aparició de programes religiosos a les teles saudites venent les últimes resistències dels religiosos a la utilització del poderós mitjà per entrar a les llars saudites.

Tots aquests fenòmens, contradictoris i polèmics, mostren com la televisió conforma un marc nou en l'esfera pública en el món araboislàmic que, anteriorment, estava reduïda

13 Conferència de Beatriz Soto Aranda, "Marruecos a través del humor: Una aproximación lingüística a la obra de Ahmed Snoussi Bziz", Múrcia: Universitat del Mar, 17 de maig de 2006.

14 Programa *Les humoristes*, que de 1989 a 2000, va presentar Alia Kdeih a RMC.MO amb una gran selecció d'humoristes del món àrab.

als lectors de diaris, el sector més culte i més occidentalitzat de la societat. És la raó fonamental de la permissivitat de la televisió per part dels sectors religiosos neotradicionals, és a dir, no exactament tradicionals sinó reinventors de la tradició en el millor sentit de Hobswan.

Precisament, la ràdio havia tingut una influència notable en el món arabomusulmà pel poc desenvolupament de la comunicació impresa que encara es troba en una relació d'1 a 6 amb els països industrialitzats i, també, pel caràcter bilingüe de la comunicació impresa (en àrab i en anglès o francès), la qual cosa provoca un filtre d'origen colonial amb la llengua parlada. L'èxit de la ràdio egípcia *Sawt al-Arab*¹⁵ (1952) va preludiar un espai d'opinió comuna al món àrab de més abast que la premsa en àrab.¹⁶ Al mateix temps, la ràdio va començar una progressiva i inevitable destrucció de la cultura oral en introduir a les cases i als camps —gràcies al transistor— una veu autoritzada i aliena a la família i les jerarquies locals. Actualment, la ràdio s'ha convertit en el principal difusor de modes i comportaments, d'expressions i maneres de parlar, de nous ritmes i ha propiciat un sincretisme musical que afecta tot el món arabomusulmà amb préstecs evidents entre països però amb figures locals poderoses. La ràdio va començar a canviar contraposant al llenguatge de les prèdiques dels divendres una expressió col·loquial directa dels discjòqueis nord-americans als quals imitaven alhora que renovava l'èxit de les ràdios europees d'entreguerres amb missatges i discos dedicats. Aquests discjòqueis utilitzen un llenguatge ple de girs humorístics i d'ironies, d'acudits i petits relats que incideixen moltes vegades en crítiques socials però també aprofundeixen en estereotips socials o ètnics. La ràdio ha estat la "culpable" de la introducció del hip-hop que abraça des del Marroc fins a Palestina, amb fortes resistències en els sectors radicals islamistes o nacionalistes àrabs però amb un evident èxit juvenil. Va ser molt interessant en aquest sentit el congrés de 2003 de l'Institut Goethe a Dakar, en què es va analitzar els mitjans

de comunicació de massa del Senegal, des de les ràdios fins a la premsa local, o la penetració de models externs i la intervenció del poder.¹⁷ Des del començament fins a l'actualitat, la ràdio ha estat fortament controlada i censurada pel poder, els seus comentaristes responen a consignes molt concretes i, per això, ha estat el camp musical més lliure tot i que certs grups estan vetats per les seves lletres crítiques del sistema. El rap i les seves varietats trenquen la tradició de cançons amoroses i introdueixen els temes socials, la ironia i, de vegades, l'insult directe als dirigents corruptes, els falsos religiosos beats i els empresaris explotadors.

Per la seva banda, la televisió va canviar en el seu moment el panorama radicalment en augmentar la influència mediàtica amb la seva enorme capacitat de seducció i, culturalment, en adoptar models clarament occidentals (*look* de presentadors i presentadores, representació femenina inèdita en molts casos, modes dels entrevistats, presència constant de convidats i imatges occidentals, publicitat de productes occidentals en un marc clarament occidental...). La presència d'Occident va augmentar per la pressió dels films que s'emeten a la televisió (anglòfons o francòfons, segons l'àrea de colonització) i per les imatges d'agència, absolutament dominades per Occident...

La segona revolució es dona amb l'emergència de les cadenes àrabs, des de començament de la dècada de 1980, que augmenten la producció pròpia i comencen el desenvolupament del mercat regional que competeix dèbilment en principi amb els productes occidentals.

Els seus camps de desenvolupament seran:

- Les sèries de ficció
- Les sèries d'humor
- Els informatius
- Els debats
- L'aparició dels presentadors estrella que poden canviar de país a causa de la utilització de l'àrab literari.

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. (ed.) *Entre tradition orale et nouvelles technologies: où vont les mass média au Sénégal?* Dakar: Enda Tiers Monde, 2005.

La situació mediàtica pateix un canvi radical en la dècada de 1990 amb l'expansió de la transmissió via satèl·lit. L'esquema estatal es fa miques amb l'aparició de 124 canals via satèl·lit en el món àrab. Va ser un moment crucial en què la guerra de les parabòliques va arribar a extrems gairebé grotescos amb comerciants espavilats que oferien al mateix temps la parabòlica i la seva disfressa, per un mòdic preu, o la constitució en certs països de policies especialitzats en la persecució i descobriment d'antenes amagades.

La televisió local hertziana es va innovar utilitzant un plató berlusconià, un lloc on contínuament s'està de festa. Les televisions van obrir un món particular, específic, on els homes i les dones van vestits a l'estil occidental i les dones no es tapen la cara. Les formes i maneres occidentals s'introdueixen constantment, la publicitat —traduïda però d'origen occidental— encaixa nous comportaments i actituds juntament amb productes inèdits.¹⁸ El poder ha trobat un magnífic sistema de desviació de continguts crítics en aquest nou espai mediàtic promovent programes com *Gran Hermano* o *Operación Triunfo*, que estan tenint un èxit evident. Això no obstant, els programes d'entrevistes sobre qüestions familiars —i on l'insult podria trobar un escenari adequat— troben una frontera en el puritanisme oficial d'aquests règims. No existeix un escenari de premsa rosa que permeti donar cabuda a aquestes xafarderies que, malgrat tot, s'expressen lliurement al carrer sobre el creixent món de l'espectacle i els seus personatges. Tanmateix, el poder està augmentant la inversió en aquest camp, i en l'esport, per competir amb els canals informatius via satèl·lit que són crítics a l'estructura jeràrquica d'aquests règims.

Internet ha estat el gran plat giratori on es manifesta tota una sèrie de moviments mediàtics inèdits. El món d'internet penetra a Orient amb una velocitat inusitada. El 2002, el carrer Chafic Rcheidat, a Irbid, nord de Jordània, va demanar entrar al llibre Guinness dels rècords per comptar

amb 105 cibercafès en menys d'un quilòmetre de distància. L'impressionant desenvolupament dels blocs a l'Iran,¹⁹ que forma la quarta llengua en ús dels blocs segons el diari *Times* (13 de novembre de 2004), o entre els 10 primers segons Technorati, ha provocat una intervenció de les autoritats, que admeten el fenomen i intenten influir-hi: el mateix president Ahmadineyad té un bloc molt visitat. A internet s'alterna la informació i la faula urbana, els rumors més increïbles i les crítiques més radicals, les denúncies de situacions concretes i la invenció d'altres, la ironia i l'acudit al costat de l'insult vulgar o l'amenaça terrorista. A internet circulen els vídeos dels assassinats d'ostatges, les proclames dels dirigents d'Al-Qaida o normes per construir bombes casolanes. També els millors textos a favor de la pau, del diàleg i de la fi de la violència sectària.

4. La construcció de la imatge d'Occident en els informatius i les telesèries d'humor emeses durant el ramadà: diàleg, crítica, enveja, competència i sàtira

En el ramadà de 2006, l'Àrabia Saudita va estrenar comèdies socials amb arguments locals on es criticaven aspectes del fonamentalisme (la comèdia d'humor *Tash ma Tash* —"el que passa"— va atacar l'ensenyament fonamentalista a l'escola) o la segregació de la dona²⁰ (crítica del Mahram o tutor masculí, imprescindible per llei per a les activitats públiques de qualsevol dona saudita) i també es va criticar el puritanisme hipòcrita, la corrupció administrativa, els maltractaments policials, la burocràcia o les restes d'un tribalisme clientelista que afecten la societat saudita. Aquest programa, creat el 1993 —amb un període de prohibició durant l'any 1996 i una condemna dels ulemes el 2000— per Abdallah al-Sudhan i Nasser al-Qassabi, compta amb el major èxit actual (tot i que criticat tant per

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 ALAVI, N. *We Are Iran: The Persian Blogs*. Nova York: Soft Skull Press, 2005, 336 pàgines. ISBN: 1-933368-05-5

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

islamistes com per opositors i islamistes que el consideren un escapisme tolerat o en critiquen el retrat xenòfob de les minories del sud mitjançant l'exposició ridícula dels seus defectes lingüístics).

La permissivitat paradoxal amb aquest programa de producció pròpia és conseqüència de la caiguda d'audiència de la televisió pública saudita després de l'escàndol de l'ocultació de la invasió de Kuwait que va desprestigiar les dues cadenes oficials i la competència amb la presència constant d'Al-Jazira. Així mateix, l'estat saudita ha creat en resposta un canal esportiu i la cadena informativa Al-Ekhbariya per satèl·lit. Les parabòliques s'estenen malgrat algunes fàtues oficials que les prohibeixen. S'ha trencat el panorama unànime no només en el pla polític sinó en el religiós, ja que els saudites formen una audiència innovadora dels programes religiosos d'Al-Jazira, Abu Dhabi TV ou Sharjah, alguns fortament antiwahhabites.

Però aquest és un petit exemple local davant el desenvolupament de les grans produccions sirianes i egípcies que s'estenen per tot el món arabomusulmà amb una petita competència d'estudis locals. La recerca d'una audiència de mil milions d'espectadors fa que els seus guions treballin un consens global sense localismes excessius i un humor suau de crítica social i familiar (com la sèrie marroquina *Lalla Fatima* de la cadena 2M o *Andak Amilud* del popular humorista Fahid). Els temes humorístics que els films egipcis ja havien tractat²¹ passen a la televisió: la crítica del puritanisme, el sistema patriarcal,²² la segregació de la dona, són temes presents en aquestes sèries coincidint amb les de més audiència.

Al mateix temps, els temes històrics d'enfrontament amb les potències colonials o els d'afirmació identitària, es

destaquen cada vegada amb més força. El fonamentalisme o el terrorisme s'introdueixen des del punt de vista humorístic (en la línia de la famosa cinta protagonitzada per Adel Imam, al-Irhabi —“el terrorista”— que narra les peripècies d'un integrista radical que per raons de seguretat acaba vivint amb una família occidentalitzada).

Les sèries han de plantejar un conflicte per naturalesa intrínseca del guió i la recerca de temes de debat social, per captar audiència, dóna una llista interessant de temes socials conflictius en el món arabomusulmà. S'analitzen els problemes que preocupen al carrer, tant les il·lusions com els malsons del ciutadà mitjà. Inevitablement deriven en una crítica de l'immobilisme i promouen espais més grans de llibertat, encara que només sigui en el petit espai del saló familiar.²³ També promouen nous comportaments socials i sexuals que van resultar conflictius, com en el cas del personatge Ranad, de la sèrie *Adeel Al-Rouh - Soul Mate*, on es va manifestar una lleu insinuació de lesbianisme o amb la sèrie *72 verges*, que es va presentar com una crítica radical del terrorisme fonamentalista.

Però no tot són sèries humorístiques o de denúncia social progressistes. A la banda contrària, la sèrie *Gargiyan* va provocar una campanya de bloqueigs contra el seu fort contingut racista. Els atacs a Israel han estat habituals en aquestes sèries, com és el cas de *Knight without a Horse* que, produït per la cadena de televisió egípcia Dream, és un fullató que vint-i-dues cadenes van recollir el 2002, la qual cosa va provocar una sèrie de protestes d'organismes jueus internacionals pel seu antisemitisme vulgar.²⁴ Un cas més greu va ser la sèrie emesa el 18 de novembre de 2003 (Arabsat, Hotbird i Nile Sat) i denunciada pel centre Simon Wiesenthal, que duia el provocador títol d'*Al-Shatat* (“la

21 ARMBRUST, W. "The Golden Age before the Golden Age: Commercial Egyptian Cinema before the 1960s", a *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, pàg. 29-31.

23 ABU-LUGHOD, L. "The objects of soap opera: Egyptian television and the cultural politics of modernity". A: 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", Viewpoints/PeaceWatch, 5 de desembre de 2002.

diàspora”) on els actors interpretaven dos personatges jueus que practicaven un crim ritual amb un jove cristià per Pasqua,²⁵ i n'utilitzaven posteriorment la sang per elaborar el *matz*, pa sense llevat d'aquesta festa. Aquest fet ha coincidit amb els intents de portar al cinema per part iraniana l'argument dels Protocols de Sió, pamflet nazi que es publica abundantment al món arabomusulmà. En aquest sentit, i en el terreny infantil, el govern palestí de Mahmud Abbás ha intentat prohibir sense èxit la presència en programes infantils de la cadena Al-Aqsa, ara dominada per Hamàs, del Mickey gihadista que convida a la lluita contra Israel, contra Occident i el que és occidental —una veritable paradoxa amb el mateix personatge escollit— i a la conquesta del món amb un populisme simplista terrible en l'adoctrinament infantil.

El 1990, l'Àrab Saudita va poder amagar a la seva població durant tres dies l'annexió de Kuwait per part de Saddam Hussein. Avui no és possible amagar una notícia que s'ha esdevingut al matí per por de deixar en mans d'altres cadenes un control fonamental: el control de la interpretació. S'ha passat del monopoli de la informació a l'intent de monopolitzar la interpretació, cosa que provoca la recerca d'imatges inèdites i declaracions pròpies (raó de la fundació de la cadena al-Arabiyya i de l'activa acció mediàtica dels prínceps saudites Salman i Sultan). En cas contrari, la contraprogramació porta a buscar sèries d'humor o programes esportius en les hores conflictives.

Per contrarestar el doble front dels nacionalistes àrabs antioccidentals i dels fonamentalistes islàmics antioccidentals, s'ha format un doble entramat mediàtic, interconnectat en realitat, de capitals saudites i nord-americans —amb participació libanesa i egípcia en alguns casos— que desenvolupen nous diaris (com ara *Asharq al-Awsat* o *al-Hayat*), noves ràdios i noves televisions (les corporacions de canals satel·litaris ART, MBC, Orbit)²⁶ i que ara intenten penetrar a internet. L'intent d'ocupar el camp de la comunicació té, això no obstant, els seus límits. En premsa, per la poca incidència d'aquests diaris londinencs d'elit. A la

televisió, per l'excessiva intoxicació ideològica que ha afectat al-Hurra i que ha provocat canvis profunds en l'estructura d'al-Arabiyya per poder mantenir una mínima imatge d'independència (en aquesta cadena saudita tot i que emet a Dubai).

Al-Jazira provoca el debat sobre temes que són conflictius i interns als països on arriba la seva teleaudiència, com ara el crim d'honor (a Jordània), l'ablació (al Sahel i el Corn d'Àfrica), el consum de certes drogues (polèmica del *qat* iemenita). Això fa que les televisions dels països implicats reaccionin davant les declaracions o reportatges d'Al-Jazira provocant un moviment intern de debat. Al-Jazira intenta provocar al carrer i es lamenta, moltes vegades públicament, de la passivitat tradicional del món àrab que no desperta (un vell i perillós tema de l'arabisme nacionalista).

Al-Jazira no té programes d'humor, no cultiva l'insult, manifesta un populisme ambigu a través sobretot dels seus programes de debat i un nacionalisme orgullós del passat àrab a través de les seves interpretacions històriques. Però el seu efecte és immediat en els comentaris del carrer que podem seguir a través d'internet. El comentari antioccidental i el victimisme s'alternen amb l'insult directe i la crida a la violència contra la “invasió dels croats”, “els nous mongols de Hugalú el destructor de Bagdad”...

5. El món dels blocs: sàtira i insult anònims

En el món dels blocs es manifesta aquest conglomerat de victimisme i desig de venjança, ànsies nacionalistes àrabs i irades respostes a les declaracions americanes o israelianes, de manera molt més clara. L'occident d'orient és la suma de les pors occidentals en cada camp més la por d'occident que porten aquests canvis. La guerra de les paraules s'estableix amb una apropiació clara per part de tots els bàndols de termes com democràcia, llibertat, drets humans...

El sentiment pro al-Qaida ha estat falsificat pels sondejos,

25 PERCEVAL, J. M. Un crimen sin cadáver: el Santo Niño de la Guardia. *Historia* 16, 202, pàg. 44-58, 1993. Disponible a internet, article de Viquipèdia.

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

començant per la mateixa cadena Al-Jazira. Tractant-se d'un fenomen absolutament modern,²⁷ mediàtic i oposat a les forces tradicionals, són els periodistes els més fascinats per l'entorn terrorista i els que més n'augmenten les dades. El cert és que, mediàticament, al-Qaida és més poderosa i té més anomenada del que representa.

6. Conclusions: Humor alliberador i humor excloent, entre la sàtira sociopolítica i la sàtira d'exaltació nacionalista o xenòfoba

S'espantia una torradora en una telesèrie egípcia. L'olor de cremat inunda la casa. El personatge, un conservador fonamentalista, que estava a punt d'anar a la mesquita per a la pregària matinal, mira l'aparell i somriu davant l'enrenou que s'ha creat: "Material occidental!", exclama. El fonamentalisme ha guanyat la seva petita batalla contra la màquina que no funciona però també contra la manera no tradicional d'organitzar l'esmorzar, contra una nova forma de vida que no respecta la bona tradició "on no hi ha torradores que s'espantlin".

L'humor reflecteix el debat profund que afecta el món arabomusulmà; la sàtira i l'insult directe de moment estan reduïts a espais molt petits o naveguen lliurement per internet. Els règims es troben atrapats en una trampa mediàtica fonamental: per augmentar l'audiència —i per tant la influència— dels seus canals audiovisuals, han d'augmentar els espais d'humor, els nous espais populistes de la teleporqueria, incloent-hi els programes d'entrevistes, i superar les resistències dels sectors puritans.

Al costat d'aquesta desviació, s'observa més permissivitat en els humoristes, fruit igualment d'aquesta necessitat de guanyar audiència, que permet crítiques impensables fa uns anys en les rígides televisions oficials. L'humor social comença a fiscalitzar no només la sogra, l'hipòcrita beat o l'excés patriarcal, sinó que comença a parlar del clientelis-

me i la corrupció funcional, la manipulació dels polítics o els escàndols econòmics. Però, en contrapartida, s'introdueixen continguts perversos d'exaltació nacionalista, de sàtira xenòfoba i cada vegada s'estén més la temptació de caure en una simplificació d'Occident i de l'occidental creant un arquetip que concentraria tots els mals desviant la crítica del poder intern.

És l'occidentalisme un revers de l'Orientalisme o una creació animada des dels cercles acadèmics progressistes occidentals com pretenen Ian Buruma i Avishai Margalit?²⁸ El món arabomusulmà es mou entre el nacionalisme àrab, l'islamisme liberal o fonamentalista i les versions laiques de la democràcia social. L'entramat mediàtic conté aquests elements de les tres tendències en què Al-Jazira és un exemple emblemàtic.

Occident, cert Occident, continua recreant imatges d'un "Orient" exòtic, enfrontat, agressiu... —tal com mostra el pèplum 300—,²⁹ pròxim a l'enfrontament de civilitzacions o, simplement, sotmès al seu propi espai de fanatisme. El món occidental executa aquesta operació menyspreant la producció mediàtica arabomusulmana o, pitjor, estenent temors i prevencions que gairebé l'equiparen a un viver del fanatisme o del terrorisme.

Humor i furor no són bons companys però van junts en aquest escenari mediàtic. En el món arabomusulmà la recreació sobre Occident, sigui real o inventat —i la reflexió sobre Orient— parteix d'una doble lectura. És cert que la incomprensió i l'insult avancen, sobretot en el món d'internet i la blogosfera, però —fins i tot en aquests camps— s'observa un públic que manté dues mirades riques i complexes sobre l'Occident —que admiren o odien, desitgen imitar o menyspreen profundament— i l'Orient que constitueixen o matisen, però del qual són fortament autocrítics.

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 Article inèdit del grup de treball format per 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".