

La imagen de América Latina en el diario marroquí AL-ALAM THE IMAGE OF LATIN AMERICA IN THE MOROCCAN PRESS

HIRI Abdelhak¹⁶

RESUMEN

Este artículo parte de un objeto de estudio muy concreto: conocer el tratamiento comunicativo ofrecido por el diario marroquí *Al-Alam* de América Latina. Nuestro propósito, pues, es poner de manifiesto cómo está informado el lector marroquí de América Latina y los latinoamericanos a través de dicho periódico. Para realizar este trabajo, nos basaremos principalmente sobre las herramientas del análisis de contenido, a través del estudio de alrededor de 283 textos periodísticos que conforman el corpus, durante el período de enero de 1990 a diciembre de 2015.

PALABRAS CLAVES

Imagen, América Latina, Análisis de contenido, prensa, *Al-Alam*.

ABSTRACT

This research claims to reveal the image of Latin America in the Moroccan press, specifically in the newspaper *Al-Alam*. The main purpose of this research is to investigate the associated representation of Latin America of this press by using different methods such as qualitative, thematic, and stylistic. The main objective can be defined as to explain motivations that make the press to lead that representation. The second objective of this study, related to

¹⁶ Doctor en Lengua y Literatura Hispánica por la Universidad Hassan II Casablanca (Marruecos).
Profesor titular en el Instituto Superior Internacional de Turismo de Tánger (I.S.I.T.T)
E-mail: hiriest@hotmail.com.

the first, is to study the position of this information. Therefore, during this research analyzing methodology has been used to qualificate, measure and accomplish by conclusions.

KEYWORDS

Image, Latin America, Content analysis, the Moroccan press, *Al-Alam*.

INTRODUCCIÓN

La imagen de América Latina transmitida por el periódico marroquí *Al-Alam* es el principal foco de atención de este artículo. Nuestro interés procede de la idea de que los medios de comunicación de prensa ejercen una notable influencia sobre la opinión pública y la creación de imágenes sobre los países. Reproducimos a este respecto los términos expresados por Lippman:

Los medios de comunicación constituyen la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios. Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, ya que éste está fuera del alcance, de la mirada y la mente (Rodríguez, 2004, p.15).

Teniendo la precisión anterior como base, podemos inducir que una de las fuentes más importantes desde donde los públicos reciben información para configurar la imagen son los medios de comunicación. Las grandes cuestiones que se plantean en este estudio, responden en gran medida a las siguientes preguntas: ¿qué presencia tiene el mundo latinoamericano en el periódico marroquí *Al-Alam*?; ¿cuál ha sido la evolución histórica de su cobertura mediática?; ¿qué temas relacionados con el mundo latinoamericano predominan en la agenda mediática del diario marroquí?; ¿qué países son mencionados más frecuentemente en las noticias sobre

América Latina? Y ¿qué fuentes de información utiliza el periódico para informar sobre América Latina?

Para su análisis hemos visto oportuno utilizar una de las herramientas de análisis más utilizado en las ciencias sociales como es el análisis de contenido. Kraus Krippendorff define esta técnica de la siguiente manera:

Una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproductibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto. (Krippendorff, 1997, p.28).

En nuestro caso concreto, esta herramienta metodológica es de gran utilidad para examinar y analizar cuantitativa y cualitativamente las publicaciones informativas que el diario objeto de estudio hizo de América Latina, durante el período que va desde el año 1990 hasta 2015.

En lo que se refiere a la elección de este rotativo, hay que decir que más que por su ideología (de sensibilidad conservadora y socialdemócrata) fue escogido por su trayectoria histórica, y por ser mejor organizado. Cabe destacar que *Al-Alam* (La Bandera) (en árabe, العلم) es un diario marroquí de expresión en árabe, aparece el 11 de septiembre de 1946 y fue fundado Allal El Fassi, una de las figuras más emblemáticas del nacionalismo marroquí.

AMERICA LATINA EN EL DIARIO AL-ALAM: ANÁLISIS CUANTITATIVO

En las siguientes páginas se presentan los resultados obtenidos mediante el estudio de contenido que se realizó de los titulares del diario *Al Alam*. En concreto, haremos explícitos los distintos aspectos formales y cuantitativos de la presencia informativa del subcontinente latinoamericano en el diario objeto de estudio. Para ello, el presente estudio se encuentra estructurado en los siguientes puntos: la evolución cronológica de las piezas comunicativas, los temas encontrados en el corpus, los géneros periodísticos que utilizan los periodistas para escribir estos artículos, la distribución de las unidades informativas por áreas geográficas, las fuentes informativas a las que acude el diario *Al-Alam* para aprovisionarse de información latinoamericana, las secciones donde están insertadas las piezas comunicativas, la superficie de

la redacción que ocupan los textos periodísticos en el corpus, su longitud y su ubicación. Es preciso destacar que dichos elementos serán presentados en forma de gráficos, cifras, observaciones y análisis.

1. EVOLUCIÓN CRONOLÓGICA DE LAS UNIDADES INFORMATIVAS:

En el presente capítulo presentaremos los resultados de la evolución de la representación mediática de América Latina en el diario *Al-Alam*. El siguiente gráfico recoge la distribución de las distintas noticias aparecidas en función de su evolución cronológica:

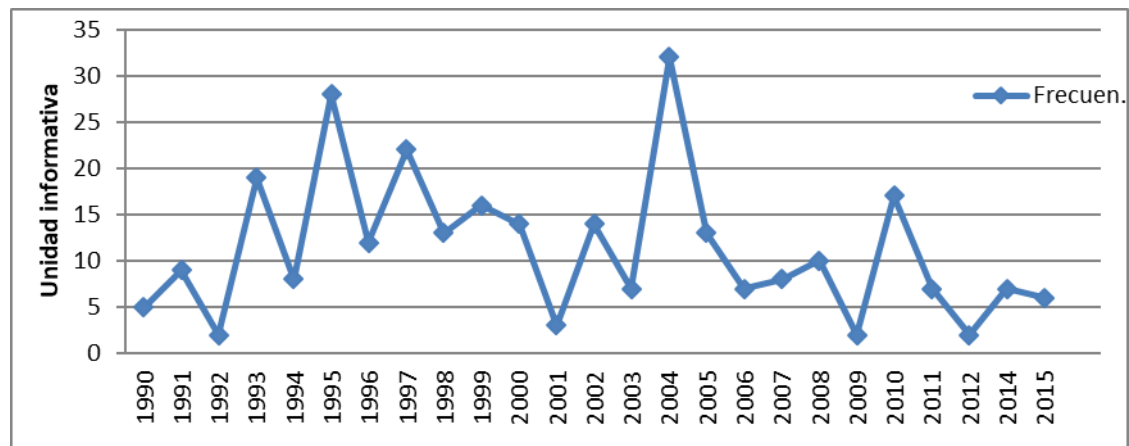


Fig.1: evolución cronológica de las unidades informativas. Fuente: elaboración propia

En la actividad de seguimiento realizado durante los veinticinco años de estudio hemerográfico, hemos podido lograr un total de 283 textos periodísticos referidos al subcontinente latinoamericano. Desde un ángulo cuantitativo, la muestra es lo suficientemente representativa para extraer ciertas conclusiones:

Una de las principales observaciones que se impone es la idea de que el periódico *Al-Alam*, como un diario marroquí en árabe y de difusión nacional, reserva muy poco espacio periodístico al tema latinoamericano. En otras palabras, el diario objeto de estudio realiza una cobertura periodística notoriamente exigua y pasajera. De ahí podemos hablar de una cobertura deficiente de América Latina. Dicho de otro modo, América Latina no es un área

geográfica relevante de debate para el diario marroquí; su presencia es pasajera y de muy baja visibilidad informativa. A la luz de esta primera observación, esta tesis ha puesto de manifiesto que América Latina recibe una cobertura insuficiente e incompleta; los lectores marroquíes permanecen aislados de lo que sucede en el mundo latinoamericano, mostrando una gran ignorancia y desconocimiento del subcontinente latinoamericano. Consecuencia de estas informaciones, los lectores marroquíes no se pueden enterar de lo que está pasando en el mundo latinoamericano leyendo este medio marroquí.

Otro dato de interés, es el hecho de que en el gráfico No.1 se aprecia nítidamente que la distribución de las unidades analizadas por años (283 unidades comunicativas) es notoriamente desequilibrada: hay años en los que la producción informativa está cargada y, en cambio, otros años resultan poco noticiosos. Así, podemos observar que en líneas generales el año 2004 es más proclive a registrar los máximos de noticias, ya que incluye el 11% del corpus estudiado. Esta situación se justificaría, sobre todo, porque en el citado contexto temporal es cuando se va a producir un notorio acercamiento en la acción exterior de Marruecos hacia América Latina. Se trata de la histórica gira de Su Majestad el Rey Mohamed VI por los seis países latinoamericanos. Para tener una visión más clara sobre la evolución cronológica de las unidades comunicativas, presentaremos a continuación una visión analítica desde una perspectiva temática.

2. LA AGENDA TEMÁTICA EN LAS INFORMACIONES SOBRE AMÉRICA LATINA:

En este apartado ofrecemos los resultados vinculados con el análisis de los temas noticiosos sobre América Latina. El siguiente gráfico permite establecer un estudio comparativo entre los diversos temas localizados:

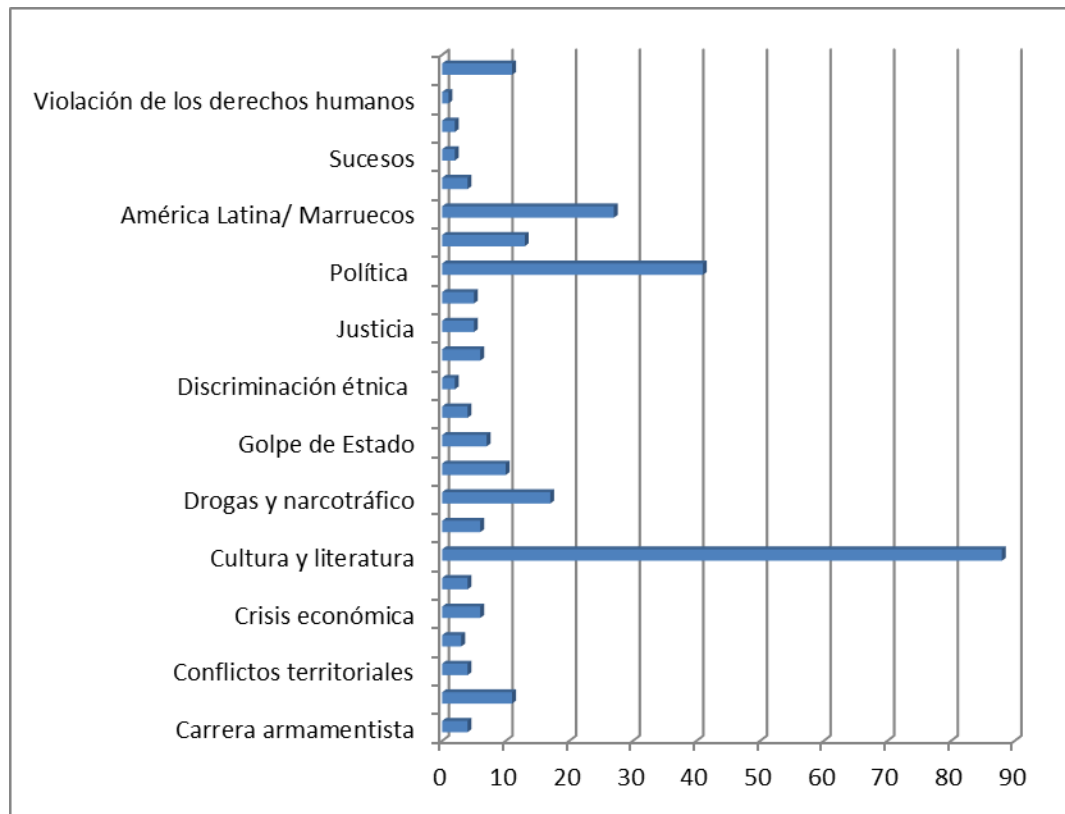


Fig.2: los temas encontrados en el corpus. Fuente: elaboración propia.

Los resultados arriba expuestos permiten observar una gran variedad de temas noticiosos con respecto a América Latina. No obstante, en el gráfico podemos apreciar nítidamente que la distribución de las informaciones analizadas (283 unidades comunicativas) de la agenda temática con respecto a América Latina no resulta más equilibrada, ya que se observan notorias desigualdades en el tratamiento temático: hay unos temas de los que se habla generosamente, y otros de los que apenas se dice nada. Esto se refleja en que algunos temas son más cubiertos que otros o incluso que algunos tienen cobertura cero o cobertura pasajera.

En efecto, el análisis cuantitativo nos deja ver claramente que el tema con mayor frecuencia es el de la cultura; este asunto aglutina el 31,09% del corpus estudiado. Es, de hecho, la temática que más se repite y genera mayor interés informativo. En lo tocante a la naturaleza de las publicaciones culturales, conviene matizar que, en su mayoría, son exposiciones y

lecturas literarias de majestuosas figuras y obras emblemáticas del quehacer literario latinoamericano. A manera de ilustración veamos los siguientes titulares:

«قراءات أدب أمريكا اللاتينية المعاصرة»

Qirā'āt fi ādab āmrika āl-ŷanubiya āl-mu 'āsira. (Transcripción latina).

Lecturas en la literatura latinoamericana contemporánea. (Traducción nuestra)¹⁷.

(*Al-Alam*, 19/10/2004, última página).

«الواقعية والغرائبية في رواية "بيدرو بارامو" للكاتب المكسيكي خوان رولفو» .

Āl-wāqi'iya wa āl-gara'ibiya fi riwāyat bidrū bārāmū lilakatib ḥwan rūlfū.

Realismo y realismo mágico en la novela "Pedro Páramo" del escritor mexicano Juan Rulfo. (*Al-Alam*, 12/09/2011, p.7).

Siguiendo con el análisis temático, el tema de las relaciones latinoamericano-marroquíes ocupa el segundo puesto en la escala de los temas más noticiosos. En lo tocante a la naturaleza de estas piezas informativas hay que decir que se trata, sobre todo, de temas de agenda político-diplomática. A manera de ilustración veamos los siguientes titulares:

«الديبلوماسية المغربية تبحث عن موطئ قدم جديد بأمريكا اللاتينية.»

Addiblūmasiyah āl-magribiyah tabḥaṭū 'an mawṭi' qadam ŷadid bi āmrikā āllātiniyah.

La diplomacia marroquí en busca de un punto de apoyo en América Latina. (*Al-Alam*, 04/12/2012, p.1).

«المغرب الأرجنتين علاقات واعدة وإمكانات ضخمة.»

Al-magrib āl- ārŷantin 'alāqāt wā'idah wa-imkānāt ḍaḥmah.

Marruecos y Argentina: relaciones prometedoras y grandes potencialidades. (*Al-Alam*, 12/11/1996, p.3).

¹⁷ Para facilitar la lectura al lector en español, hemos visto oportuno traducir los titulares noticiosos. Todas las traducciones y transcripciones son nuestras.

Es preciso destacar que, desde una perspectiva crono-temática, el análisis comprobó una mayor visibilidad informativa de las dinámicas de acercamiento diplomático recíproco entre Marruecos y América Latina a partir del año 2004. A manera de ilustración veamos los siguientes titulares:

«جلالة الملك يبدأ جولته في أمريكا اللاتينية بزيارة المكسيك: آفاق واسعة لتوسيع المبادلات التجارية والعلاقات الاقتصادية.»

Ŷalālatū āl-malik yabda'ū ŷawlatahū fi āmrikā āllātiniyah biziyārati āl-miksik: āfāq wāsi'ah litawsi'i āl-mūbādalāti āttiŷāriyah wa-l'alāqat āl-iqtisadiyah.

Su Majestad el Rey inicia su gira por América Latina con su vista a México: grandes horizontes para desarrollar las relaciones económico-comerciales. (*Al-Alam*, 24/11/2004, p.1).

Aparte del tema de las relaciones, el estudio realizado mostró que la cuestión del Sáhara marroquí recibió una posición privilegiada en la agenda informativa del órgano periodístico estudiado. En particular, el diario *Al-Alam* enfatiza la postura que mantienen algunos países latinoamericanos con respecto a dicho asunto. En esta misma línea, ilustramos los siguientes titulares:

«الرئيس الأرجنتيني يدعم الوحدة الترابية للمغرب.»

Ārra'is āl-ārŷūntini yad'amū āl-wahdā āttūrābiyah lilmagrib.

El presidente argentino apoya la integridad territorial de Marruecos.
(*Al-Alam*, 16/04/2003, p.1).

«البوليزاريو يشغل الأطفال الصحراويين في الدعارة في كوبا.»

Āl-būlizariū yūshagil āl-ātfāl āssahrāwiyin fi adda'āra fi kūba.

El Polisario prostituye a niños saharauis en Cuba.
(*Al-Alam*, 16/03/2002, p.5).

Por su parte, el análisis temático `pone de relieve que el diario objeto de estudio reserva un buen espacio periodístico a algunos líderes latinoamericanos considerados como una de las figuras emblemáticas de la izquierda. En concreto, *Al-Alam* arroja luz sobre el ideólogo y comandante Che Guevara. A este respecto, en las páginas del diario objeto de estudio podemos leer el siguiente titular:

«أسرار من حياة تشي غيفارا في الأوحال الإفريقية, السنة الغامضة من حياة الثائر الكوبي.»

Āsrar min ḥāyat shi guibārā fi awḥāli ifriqiyyā. Āssana algamida min hayat ata'ir al-kubi.

El año misterioso del rebelde cubano Che Guevara en los lodazales de África de algunos secretos de su vida. (*Al-Alam*, 03/03/1995, p.3).

El cuarto puesto en la escala de los resultados lo ocupa el tema de las drogas y el narcotráfico. Este asunto da cobijo al 6% de los textos periodísticos analizados. Ilustramos el siguiente titular:

«مخدرات: هل تصبح المكسيك كولومبيا ثانية.»

Mūḥaddirāt: hal tūsbihū āl- miksik kūlūmbyā t̄āniyah.

Narcotráfico ¿puede México convertirse en una nueva Colombia? (*Al-Alam*, 12/06/1993, p.4).

Por su parte, el tema de las catástrofes naturales acapara el 11% de las unidades comunicativas analizadas. Conviene remarcar que el análisis destaca un tratamiento periodístico dosificado de noticias destinadas a cubrir este asunto. Ilustramos el ejemplo del siguiente titular:

«المكسيك: قتلى ومليون منكوب في إعصار ويلما»

Āl-miksik: qatlā wa-milyūn mankūb fi i'sāri wilmā.

México: muertos y un millón de damnificados en el huracán Wilma. (*Al-Alam*, 24/10/2005, p.1).

En el mismo orden de ideas, llama la atención que el tema económico figura entre las dimensiones menos informadas. Este aspecto temático suma apenas el 3,53% del corpus estudiado. Entre las pocas unidades comunicativas que informan sobre dicho asunto, podemos citar el siguiente titular:

«كيف يحكي الكوبيون أزمة الاقتصاد»

Kayfa yaḥki āl-kūbiyūna āzmata āl-iqtisād .

¿Cómo hablan los cubanos de su crisis económica?

(*Al-Alam*, 20/11/1993, p.4).

Luego, en su orden, figura el tema de la violencia y la inseguridad, que aglutina el 2,12% de la muestra. Con respecto a este último aspecto temático, citamos el ejemplo del siguiente titular:

«عشرون قتيل ومائة وأربعين جريح على الأقل في عملية نسف السفارة الإسرائيلية بالأرجنتين»

'ishrina qatilān wa-mi'āh wa- ārba'ina ḡariḥ 'alā l'aqal fi 'amaliyati nasfi assifārah āl-isrā'iliyah bi āl-ārḡūntin.

Al menos 20 muertos y 140 heridos en un atentado a la Embajada de Israel en Argentina. (*Al-Alam*, 19/03/1992, p.1).

Finalmente, el análisis comprobó que el tema de las guerrillas y los grupos paramilitares ocupa los últimos puestos; suma el 1,41% del corpus estudiado. A manera de ilustración veamos el siguiente titular:

«مواجهة المتمردين بكولومبيا»

Mūwāḡahatū āl-mūtamaridin bikūlūmbyā.

La lucha contra los grupos paramilitares en Colombia.

(*Al-Alam*, 10/01/2007, p.5).

En definitiva, los resultados que se ofrecen son muy relevantes, evidencian que la agenda temática del diario *Al-Alam* gira en torno a temáticas preferentemente culturales y en menor medida político o económico donde llama poderosamente el tratamiento positivo que se

da a las noticias sobre América Latina. Aunque el análisis muestra algunos aspectos negativos, sobre todo en cuestiones de narcotráfico e inseguridad ciudadana, estas imágenes pierden mucha presencia informativa a favor de asuntos culturales. No obstante, para comprender la trascendencia de la imagen de América Latina en el diario objeto de estudio habrá que apoyarse desde otras perspectivas. Para ello, a continuación, exponemos otras dimensiones y apreciaciones que configuran una visión objetiva del diario objeto de estudio.

3. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS UTILIZADOS:

En este capítulo estudiaremos los diferentes tipos de géneros periodísticos con los que trabaja el diario *Al-Alam* el tema latinoamericano. El siguiente gráfico recoge la distribución porcentual de las unidades comunicativas según el género periodístico:

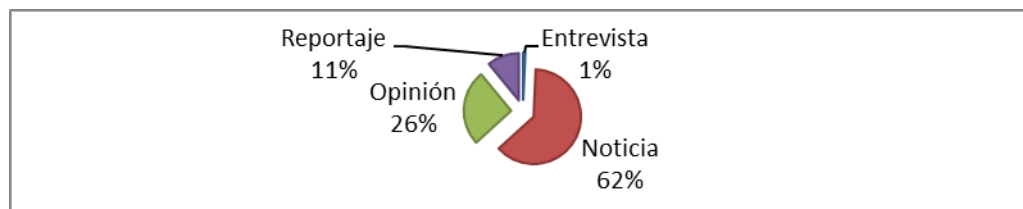


Fig.3: Distribución porcentual de los géneros periodísticos. Fuente: elaboración propia.

A tenor de los resultados obtenidos, podemos observar que la noticia es, sin lugar a dudas, el género predominante. En concreto, un total de 177 unidades informativas (62%), se encajan con este tipo de texto. Con respecto a la naturaleza de estas piezas, hay que señalar que en su mayoría son noticias que surgen de diferentes agencias informativas internacionales. El segundo puesto, lo ocupa el género opinión, que incluye un total de 73 textos periodísticos (el 26 %) que se corresponden a este tipo de género. Con respecto a las informaciones que se publican con este estilo, destacamos que suelen relacionarse con ciertos temas de lecturas literarias que precisan de un tratamiento explicativo por su complejidad. A una considerable distancia aparecen el resto de variables. Así, vemos que se han registrado 31 reportajes, o sea el

11% del corpus estudiado. Por último, la entrevista figura en la última escala de los resultados, que incluye tan sólo el 1% de la muestra.

Estos datos ponen de relieve que el diario *Al-Alam* se limita a relatar exclusivamente los hechos. Lo cual nos permite deducir que el órgano periodístico objeto de estudio no hizo una cobertura en profundidad del acontecer latinoamericano. Es de apuntarse que la presencia numerosa de noticias implica que se entrega una insuficiente información analítica para comprender y dimensionar la naturaleza del acontecer latinoamericano. A nuestro entender, sería pertinente inculcar otros géneros periodísticos como la crónica, la opinión y las entrevistas. Todo ello le daría riqueza y cercanía con las informaciones latinoamericanas.

4. ORIGEN GEOGRÁFICO DE LA INFORMACIÓN:

En este punto tratamos establecer un análisis comparativo de la presencia informativa entre los diferentes países que conforman el mapa latinoamericano. El siguiente gráfico permite ver la distribución por países de las 283 piezas identificadas en la muestra de veinticinco años de estudio:

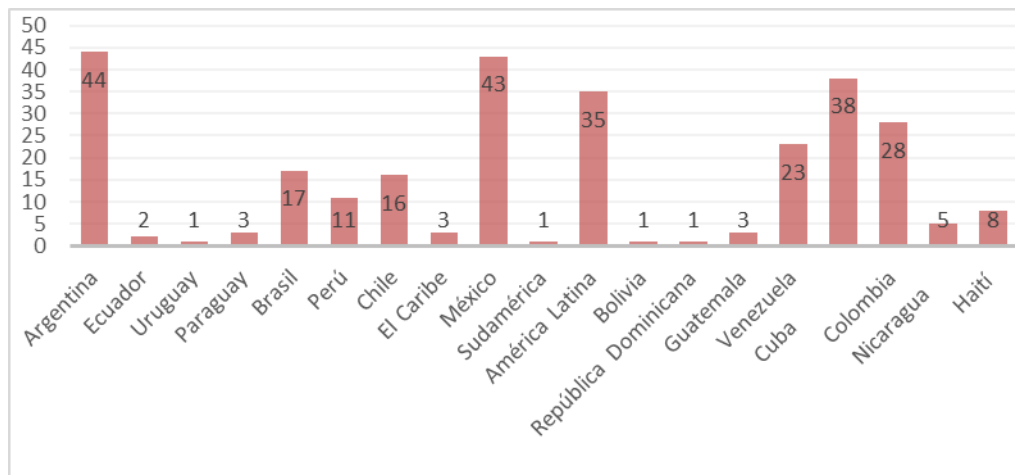


Fig.4: distribución de las unidades por países. Fuente: elaboración propia.

A la vista del gráfico, se puede observar una clara discriminación informativa entre los diferentes países latinoamericanos. Esto es: no todos los países son representados por igual ni en cantidad ni calidad; hay países en los que se carga la producción informativa y, en cambio, otros resultan desiertos mediáticos por no encontrar información sobre ellos.

Los países protagonistas de las unidades informativas analizadas destacan: Argentina; México; Cuba. El primer país que aparece como origen de información latinoamericana es Argentina. Es origen de un número muy elevado de informaciones, con un total de 44 unidades comunicativas, lo que representa algo más del 15% de la información estudiada. El segundo país con mayores valores informativos es México; ha generado un total de 43 unidades informativas, o sea, el 15,19% del corpus estudiado.

Por su parte, América Latina recibe un emplazamiento más acomodado en la agenda informativa del periódico estudiado. Hemos localizado un total de 35 piezas informativas en las que el nombre de América Latina aparece en el titular, lo que supone el 12% del corpus estudiado. Este hecho demuestra que el diario marroquí entiende a los países latinoamericanos como algo común, como un fenómeno informativo integrado.

El quinto país es Colombia; incluye un total de 28 unidades comunicativas, lo que representa el 9,85% del corpus estudiado. Luego en su orden aparecen los siguientes países: Venezuela, 23 unidades comunicativas; Brasil, 17 unidades comunicativas; Chile, 16 unidades comunicativas; Haití, 8 unidades comunicativas; Nicaragua, 5 unidades comunicativas.

En el extremo opuesto hay varios países que han mostrado una muy frágil referencialidad informativa, tales los casos de Paraguay y Guatemala, que absorben apenas 3 unidades comunicativas respectivamente; y Ecuador, dos piezas informativas. Llama poderosamente la atención que varios países, sobre todo, centroamericanos no se muestra ninguna referencia informativa sobre ellos. En este sentido destacamos que Costa Rica, Panamá, El Salvador y Guatemala son prácticamente inexistentes e invisibles en la agenda informativa del diario objeto de estudio.

Con respecto a las agendas temáticas y análisis de las diferencias entre países, observamos que existe una correlación entre el espacio dedicado a cada país y la temática en la que se enmarca. Así, la cobertura informativa de Argentina en el periódico *Al-Alam*, durante el espacio temporal estudiado, estuvo centrada principalmente en dos dimensiones: la cultura y las relaciones económico-políticas con Marruecos.

En relación a la representación mediática de México, el análisis del conjunto de informaciones revela que fue más favorable que desfavorable. En este mismo sentido, destacamos que la representación de este país centroamericano fue positiva dando una imagen pública de país de gran riqueza literaria. El diario objeto de estudio hizo una especial referencia informativa a las grandes figuras del quehacer literario mexicano, tales como Leopoldo Zea, Carlos Fuentes y Octavio Paz.

En conclusión, la prensa marroquí da mayor visibilidad informativa a aquellos países latinoamericanos con los que Marruecos establece un mayor acercamiento a nivel de sus relaciones exteriores.

5. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN LOCALIZADAS:

Para comprender mejor el tratamiento informativo del periódico *Al-Alam* con América Latina, es preciso indagar las fuentes de información como un factor generador de las noticias. Respecto al corpus informativo que hemos analizado, en este gráfico se dan a conocer la distribución de las fuentes de información encontradas en el corpus:

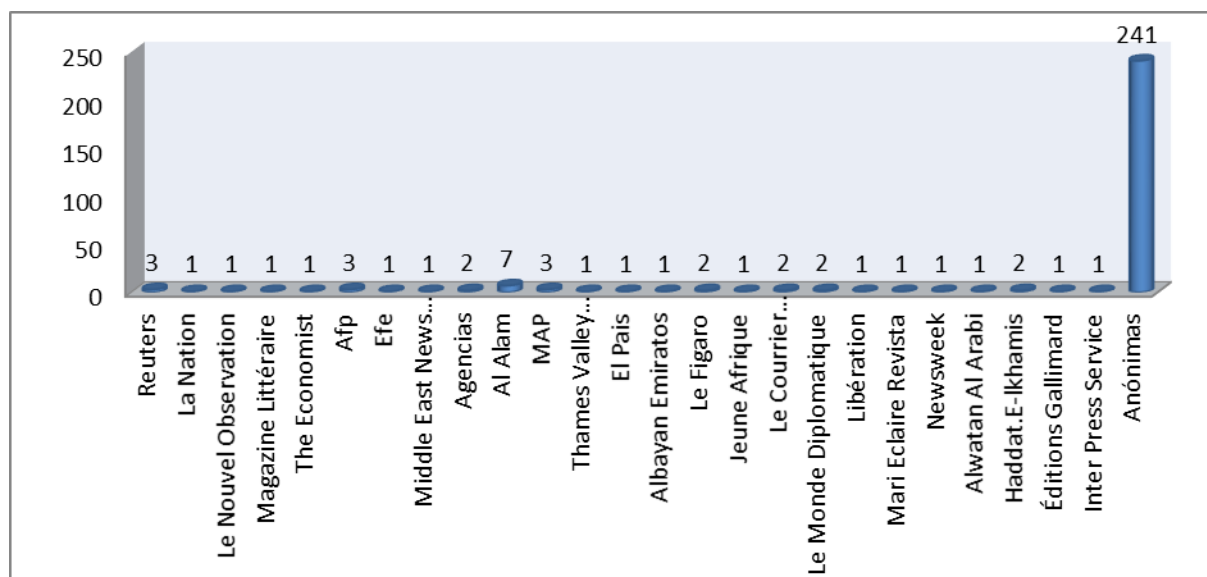


Fig. 5: distribución de las fuentes localizadas. Fuente: elaboración propia.

La representación gráfica de las fuentes informativas evidencia el peso del anonimato; se percibe un amplio número de noticias que surgen de fuentes totalmente desconocidas. Así, de las 283 unidades comunicativas, 241 no se da a conocer la fuente informativa, o sea, el 85,15% de las noticias identificadas carecen absolutamente de fuentes.

Por su parte, el análisis cuantitativo revela una notoria presencia de unidades informativas firmadas por grandes órganos periodísticos europeos y un predominio algo desconcertante de sus propias redacciones. Esta situación permite desvelar que el periódico objeto de estudio no disponía de una corresponsalía o una delegación de prensa, de hecho, se abastecía de los servicios de las agencias internacionales para poder obtener la información del suceso latinoamericano.

Así, hemos encontrado muchas veces referencias a prestigiosos órganos periodísticos franceses. Estas referencias a veces eran explícitas, como las referencias a los siguientes periódicos: *Le Monde Diplomatique*; *Le Courrier International*; *La Nation*; *Le Nouvel Observateur*; *Magazine Littéraire*; *Le Figaro*; *Jeune Afrique*; *Libération*; *Éditions Gallimard* y la Revista *Mari Eclair*. Estos medios controlan el 5,65% del corpus estudiado. Por tanto, las

fuentes informativas franceses son las más usadas por el periódico *Al-Alam* por ser las más accesibles. Esta situación se justificaría, sobre todo, el legado histórico francés.

Aparte de las referencias francesas, también se han encontrado referencias a otras agencias de noticias europeas como la agencia británica Reuters que detiene el 1,06% de las unidades informativas analizadas, y que supera a la francesa AFP que suma el 0,1% de cuota entre estas grandes empresas informativas.

Además de la agencia Reuters, el diario objeto de estudio se aprovisiona de otro medio británico, se trata de la publicación semanal en lengua inglesa, *The Economist*. Se constata asimismo una publicación informativa que surge de la universidad inglesa *Thames Valley University*. Estos datos demuestran que el diario objeto de estudio se abastece también de fuentes informativas británicas para abastecerse de información latinoamericana.

Por su parte la agencia española EFE, figura en los últimos puestos como punto de aprovisionamiento de información latinoamericana. Su presencia se hizo sentir solamente en una unidad informativa.

Siguiendo con el análisis de las fuentes, vemos que sólo en siete ocasiones las informaciones publicadas aparecen firmadas por el propio periódico, lo que representa el 2,47% del conjunto de las fuentes informativas identificadas.

Finalmente, una de las particularidades peculiares que identifican *Al-Alam* en relación a su cobertura mediática del espacio latinoamericano es la presencia de algunas fuentes informativas árabes. En esta misma línea, destacamos la presencia de la agencia egipcia MENA or Middle East News Agency. También constatamos otras dos prestigiosas revistas del golfo arábigo: *Albayan de Emiratos* y *Alwatan Al -Arabe* que generaron dos unidades comunicativas respectivamente.

Así, parece que el periódico *Al-Alam* recurre constantemente a la utilización de agencias internacionales, es la tendencia dominante del diario marroquí objeto de estudio. En otras palabras, una serie de países europeos controlan la mayor parte de las informaciones sobre el

mundo latinoamericano, se percibe que países como Francia y Reino Unido han podido generar más información latinoamericana que las propias fuentes nacionales marroquíes.

La preponderancia de las fuentes de origen europeo sobre las de países latinoamericanas o nacionales marroquíes, permite revelar cómo dichas fuentes monopolizan la información del mundo latinoamericano. En otros términos, el diario *Al-Alam* reproduce la visión informativa y la imagen que dichos medios europeos construyen de América Latina. En cambio, las voces latinoamericanas son casi inexistentes, lo que demuestra la teoría de la dependencia de las agencias de información. Este hecho se refuerza tomando en consideración la idea de que la agencia marroquí Maghreb Arabe Presse (MAP) ha podido generar apenas unas tres tímidas noticias relativas al espacio latinoamericano.

6. AUTORES DE LAS UNIDADES COMUNICATIVAS:

En este campo se presenta la naturaleza de las personas que hicieron responsables de las unidades informativas. El siguiente gráfico da a conocer la nacionalidad de los autores:

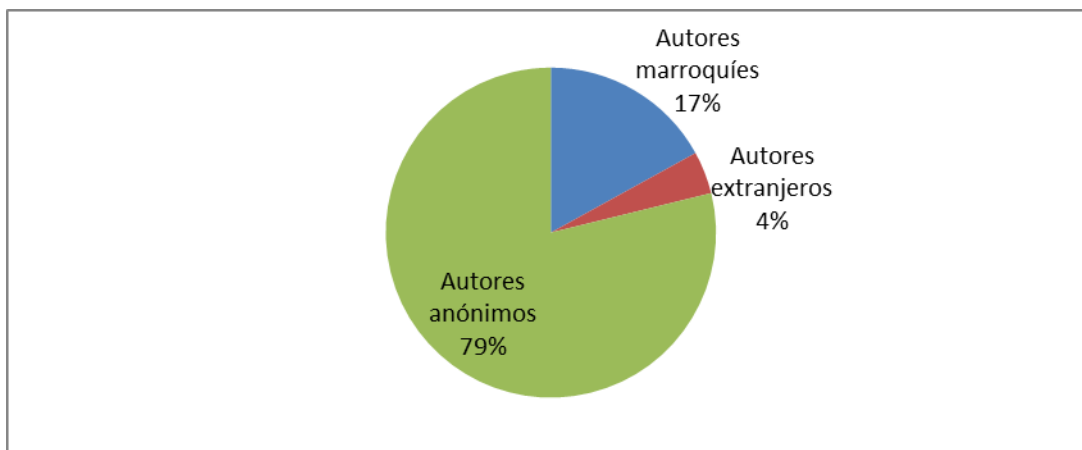


Fig.6: distribución porcentual de los autores por nacionalidad. Fuente: elaboración propia.

Como podemos ver en el gráfico, de las 283 unidades informativas seleccionadas entre 1990 y 2015, 217 aparecen sin firma. Por tanto, la tendencia general es el predominio del anonimato. Otra de las observaciones que se imponen es la idea de que hemos podido constatar una ausencia declarada de corresponsales marroquíes en las tierras latinoamericanas.

En lo tocante a la nacionalidad de personas identificadas como redactores de las piezas periodísticas, el análisis pone de manifiesto que la mayoría de los autores identificados son marroquíes. Sobre la naturaleza de estos últimos, hay que destacar que, en general, hubo colaboradores que mostraron tener un notorio talento periodístico de reconocido prestigio. Podemos ilustrar el ejemplo del prestigioso periodista, ex embajador marroquí en Brasil y ex ministro de comunicación marroquí, Mohamed Larbi Messari, este autor es considerado, uno de los mejores conocedores marroquíes del tema latinoamericano. Este autor ha firmado, durante el espacio temporal estudiado, un total de cinco unidades informativas. Junto a este autor, podemos citar al ex diplomático marroquí Mohamed Mohamed El-Khattabi, que expone sus reflexiones acerca del quehacer literario latinoamericano. En concreto, El Khattabi ha firmado un total de once unidades informativas, en las que expresa sus impresiones sobre las figuras más representativas de la literatura latinoamericana: Gabriel García Márquez, Carlos Fuentes, Juan Rulfo, José Emilio Pacheco y la poeta, traductora literaria y ensayista mexicana Elsa Cross.

Por lo demás, hemos percibido, aunque en menor medida, una cantidad significativa de autores que figuran como traductores de grandes obras literarias latinoamericanas. Podemos mencionar algunos ejemplos como: Rachid Ouhatta, quien hizo responsable de varias traducciones literarias del inglés al árabe. También podemos citar las traducciones de los autores Abderrahim Hazal y Abdessalam Ettaouil, que aparecen como traductores al árabe de las obras literarias del escritor Jorge Luis Borges. Es importante destacar que, gracias a estos autores, los lectores del periódico *Al-Alam*, tenían más posibilidad de percibir al subcontinente latinoamericano como un espacio geográfico de gran riqueza literaria.

7. LA ESTRUCTURA PARA-TEXTUAL DE LA UNIDADES INFORMATIVAS

El presente estudio incluye otro de los criterios que hemos considerado de interés para nuestra investigación. Se trata de especificar el número de página donde se localiza la información. Además, se examina el tamaño que adoptan las unidades las unidades comunicativas.

7.1 Número de página

En este punto tratamos de medir, a través del número de página donde se localiza la información, la importancia que el periódico *Al-Alam* da a la información sobre América Latina. El siguiente gráfico recoge el número de la página en el que se insertan las unidades comunicativas:

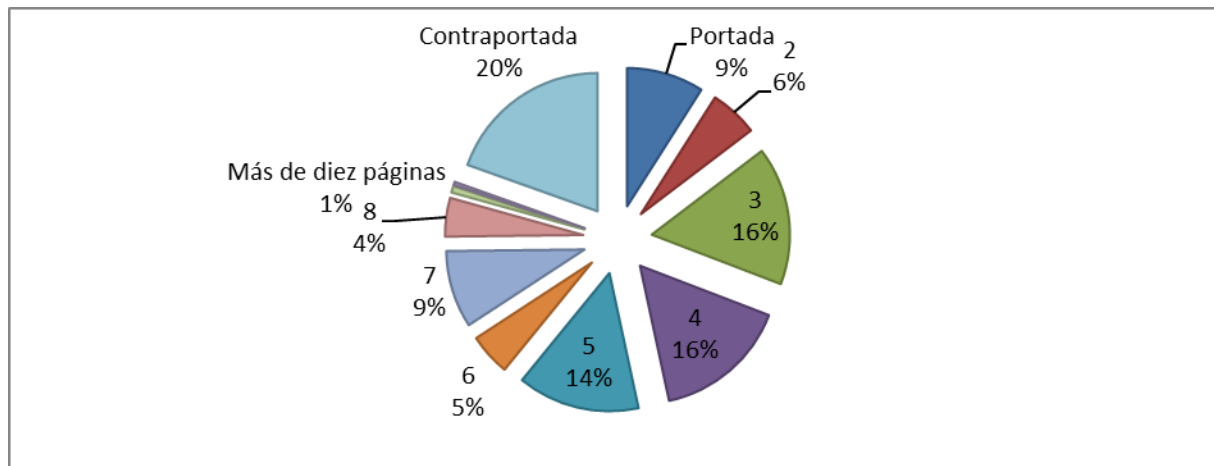


Fig.7 distribución porcentual de las páginas. Fuente: elaboración propia

Los datos arriba expuestos en el gráfico muestran que de las 283 noticias analizadas, sólo 24 noticias (9%) de los ejemplares analizados se destacan ubicadas en la Portada. Este dato permite constatar que América Latina no constituye una prioridad informativa para el diario marroquí objeto de estudio. En otros términos, las informaciones sobre América Latina en el periódico analizado no son consideradas como noticias relevantes desde el punto de vista informativo.

Por su parte, las páginas tres, cuatro y cinco acaparan la mayor cantidad de unidades comunicativas, principalmente porque corresponden a la sesión especial de asuntos internacionales. Significativamente, la última página (la contraportada) ha ganado un peso significativo en el tratamiento informativo sobre el espacio latinoamericano. Así, hemos percibido un porcentaje de 20% de las unidades localizadas que se insertan en la última página.

7.2 Extensión de la unidad de análisis:

En este último punto tratamos de realizar una descripción física de las unidades informativas localizadas. El siguiente gráfico presenta el espacio que ocupan las piezas comunicativas localizadas:

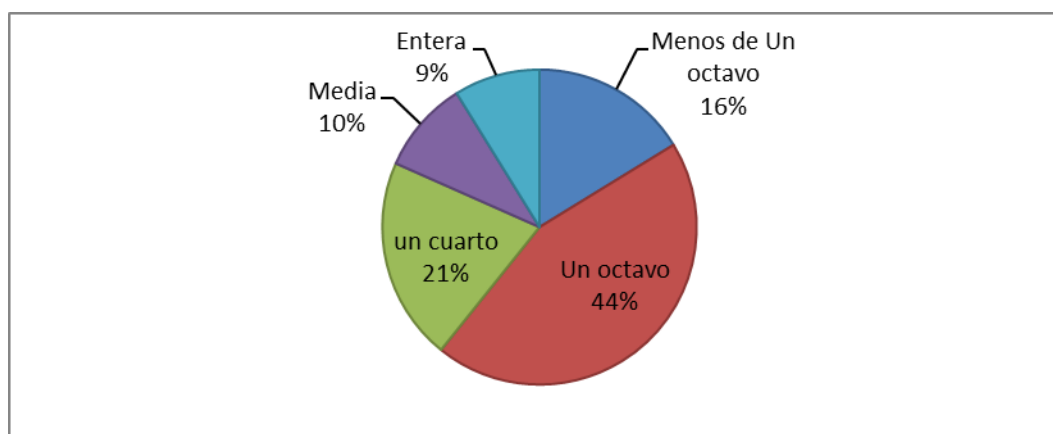


Fig.8: distribución porcentual del espacio. Fuente: elaboración propia.

Como podemos ver, la gran mayoría de las unidades de análisis presentan una extensión inferior a un cuarto de página, en concreto un 21% ocupan menos de un cuarto de página y, un total de 44% se extienden a un octavo de la misma. A continuación, se puede observar que apenas el 10% de ellas se publican en una media página. De forma similar, sólo el 9% de las noticias analizadas se publican a toda página. Esto se puede explicar el bajo interés de la prensa marroquí por darle un fuerte posicionamiento a la discusión analítica sobre América Latina.

En suma, los resultados del estudio ponen de manifiesto que la información sobre América Latina o latinoamericanos ocupa un lugar menor o poco destacado en el periódico objeto de estudio. Esto significa que el tratamiento periodístico del tema América Latina es superficial y no permite explorar con profundidad de un mundo tan complejo como es América Latina.

CONCLUSIONES

Del análisis de la producción informativa del periódico *Al-Alam*, se pueden señalar algunas consideraciones generales:

Desde el punto de vista cuantitativo, el análisis ha experimentado una notoria escasez de información latinoamericana en las páginas del diario *Al-Alam*. La adscripción temática de los hechos seleccionados refuerza una visión de América Latina, generalmente favorecida. Dicho de otro modo, el tratamiento de América Latina en el diario objeto de estudio estuvo dominado por una visión positiva: la mayor parte de las notas de prensa durante los años 1990-2015 recogieron actividades relacionadas con la cultura y la literatura.

Del estudio dedicado a la distribución de las unidades informativas por área geográfica, el estudio sintetiza una cobertura muy discriminada y desigual; hay países latinoamericanos de los que se habla generosamente, y otros de los que apenas se habla. Así, hemos constatado que existe un claro protagonismo de Argentina, México y Cuba; el 87.7% de las informaciones analizadas tenía como protagonista a uno de estos países.

Otro detalle que no debe pasar desapercibido, es el hecho de que la información relativa al espacio latinoamericano es relatada desde fuentes europeas. En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, la información es, sin lugar a dudas, el género predominante. Junto a ello, podemos destacar que el mayor peso de las noticias o unidades periodísticas sobre América Latina se registra en la sección de información internacional.

En síntesis, la percepción revelada es que de América Latina se habla poco y con una cierta preponderancia de temas literarios.



Ilustracion 1. Al-Alam 21/10/2004, Últimá Páginá.

Lecturas en la literatura latinoamericana contemporánea.



Ilustración 2. Al-Alam, 28/09/2006, p. 6.

Diarios de Motocicleta, Viaje por América Latina.

BIBLIOGRAFÍA

- BASTENEIR, M. (2011). *El blanco móvil curso de periodismo con la experiencia de la escuela de El País*, Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.
- KRIPPENDORF, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- McCOMBS, M. (1996). «Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo» en BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf (Comps.). *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, R. (2004). *Teoría de la Agenda Setting: Aplicación a la Enseñanza Universitaria*, Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- SALOMÉ BERROCAL, G. (1998). *Análisis básico de la prensa diaria: manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Universitas.
- VAN DIJK, T. (2003). *Ideología y discurso*, Barcelona: Ariel.
- VV.AA. (2008). *El Periódico*, Madrid: Publicaciones Mediascopio