

Comunicación y sociedades africanas. Una perspectiva introductoria

Autoría



José Carlos Sendín Gutiérrez

José Carlos Sendín Gutiérrez es doctor en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos y profesor en esta Universidad. Licenciado y Máster en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, y DEA en Relaciones Internacionales y Estudios Africanos por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha trabajado en varios medios de comunicación y en una Organización no Gubernamental. Durante 2012 ha sido profesor visitante en la Universidad de Oxford. Coordina la [Cátedra UNESCO de Investigación en Comunicación y África](#). Sus áreas de investigación son la comunicación internacional, interculturalidad e inmigración, así como en teorías de la comunicación y métodos de investigación. Ha publicado más de 20 libros, capítulos de libro y artículos científicos en editoriales y revistas nacionales e internacionales.

Sumario

Abstract

1. Introducción
 2. Comunicación desde una perspectiva africana
 3. Un poco de historia: Medios de comunicación coloniales en nuevos estados nación
 4. Tradiciones periodísticas y función social
 5. Regulación y situación de la profesión periodística
 6. Más allá de los medios tradicionales
 7. Un continente móvil. Algunos retos y oportunidades
 8. Conclusión
- Bibliografía

ABSTRACT



Este texto pretende ofrecer un panorama introductorio a los procesos de comunicación en el continente africano. Los términos panorama e introductorio son completamente intencionales al tratarse de un abordaje sobre la comunicación y, por si esto fuera poco, aplicados a todo un continente. Con esta intención nos acercaremos a cómo fue y cómo es concebida la comunicación en las sociedades africanas. Después se presentan algunas ideas sobre los ecosistemas mediáticos en el continente, así como los patrones de regulación, y, finalmente, se abordan algunos de los retos que presenta la situación actual. Todo ello será tamizado por una perspectiva histórica y crítica, que tendrá en cuenta, de un lado, el papel subordinado del continente en el proceso globalizador, pero, por otro, también intentará visibilizar las estrategias de contestación, creatividad y vitalidad africanas.

1. INTRODUCCIÓN

Como es razonable, no es objeto de este trabajo definir comunicación o los modelos empleados para su comprensión, sobre lo que el Portal de la Comunicación ya ha publicado excelentes lecciones (de Moragas, 2000; Rodrigo, 2005; Rizo, 2012; Igartua-Humanes, 2004, entre otras). Desde la perspectiva africana, autores de referencia, como Frank Uboajah, Alfred Opubor, Joseph Ascroft, fueron pioneros en apuntar y poner en valor las múltiples formas de comprender y practicar la comunicación al sur del Sáhara. En nuestro caso, realizaremos una reducción operacional a la comunicación mediática, para, de alguna forma, poder abarcar y dar pistas sobre una de las facetas de la comunicación en África.

Por lo que se refiere al concepto África, se hará mayor hincapié en África al sur del Sáhara, por ser la región más desconocida, y mencionaremos de pasada el norte de África. Para explicar el vértigo que supone escribir con este grado de generalidad sobre todo un continente conviene recordar la conocida cita de un famoso periodista polaco que viajó reiteradamente por África:

Este continente es demasiado grande para describirlo. Es todo un océano, un planeta aparte, todo un cosmos heterogéneo y de una riqueza extraordinaria. Sólo por una convención reduccionista, por comodidad, decimos África. En la realidad, salvo por el nombre geográfico, África no existe (Kapuscinski, 2000).

África, efectivamente, es un concepto tan amplio, que ha derivado en una especie de contenedor, que sirve para designar a cualquiera de sus 54 países, a pesar de las enormes diferencias entre ellos -30 millones de kilómetros cuadrados, unas 60 veces el territorio de España

y países tan diferentes como Burkina Faso o Suráfrica-. Y, al mismo tiempo, es portador de múltiples asociaciones mentales, estereotipos, en muchos casos negativos y de difícil desarraigo en la mentalidad Occidental. Nuestro aporte pretende, si no neutralizar esos estereotipos, tarea que llevará más tiempo, sí añadir elementos de antecedentes, contexto y reflexión sobre la compleja relación entre comunicación y África.

2. COMUNICACIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA AFRICANA

Comenzamos por acercarnos a cómo se concibe la comunicación en el continente desde una de las perspectivas más interesantes al tiempo que críticas con los paradigmas americano y europeo. Ya en la década de los 80 del siglo pasado, Frank Uboajah (1987), desde una óptica culturalista, cuestionó el desprecio hacia las formas tradicionales de cultura comunicativa en el continente, y, por el contrario, propuso ponerlas en valor con el fin no sólo de comprender la complejidad de los procesos comunicativos africanos en sí mismos, sino además para emplearlos como herramienta de promoción y desarrollo de las comunidades locales. De esta forma, las canciones, los dramas teatrales, el lenguaje de los tambores, o los contadores de historias y proverbios (griots) serían instrumentos poderosos - englobados en lo que se denominó Oramedia- para comprender las dinámicas de comunicación de las personas y las herramientas para la transmisión de mensajes para y desde la comunidad. Profundamente crítico con la perspectiva difusionista de las innovaciones (Schramm, Lerner y Rogers) que en los años 80 del siglo pasado defendía emplear la comunicación de forma lineal y vertical como herramienta de cambio y transformación social, Uboajah defendía la vía africana hacia el desarrollo, las tecnologías apropiadas a la realidad africana englobadas en una estrategia de desarrollo nacional. Calificó el difusionismo y sus técnicas cuantitativas, como enfoque mesiánico e invasor cultural y, para contrarrestarlo, invitó a testar primero las técnicas (de investigación y de comunicación) que procedían de fuera de las propias comunidades, así como emplear los estudios de caso y los procedimientos observacionales.

Las propuestas de Uboajah podrían parecer la reacción de un autor crítico desde África en el contexto de los debates de una época, marcada por la controversia en UNESCO a consecuencia del Informe McBride (1). Sin embargo, sus ideas, así como las de otros autores ya mencionados, apuntan tendencias clave para entender los procesos de comunicación autónomos generados en cada rincón de África y, como es lógico, tienen conexión con fenómenos de plena actualidad.

Por ejemplo, es imposible comprender el significado de las disputadas elecciones presidenciales celebradas en Costa de Marfil entre 2010-11, sin acudir a los mecanismos de generación de esferas públicas reales, como los especialistas de titulares de prensa, denominados "titrologues", puesto que ellos alimentan corrientes de opinión basados únicamente en la lectura superficial de los titulares de prensa en las calles de Abidjan (Bahi, 2001). O el fenómeno de los grupos de discusión popular en las calles de las ciudades marfileñas, como el denominado "La Sorbonne", las ágoras o los parlamentos populares como los "grins", alrededor de los cuales la gente se reúne para discutir asuntos de interés público, (Théroux-Bénoni, 2009). Estos mecanismos son manifestaciones de formas locales de comunicar, intercambiar información y generar corrientes de opinión, que superan los marcos de comprensión habituales en nuestro contexto y que demuestran usos alternativos y genuinos de los medios tradicionales.

A continuación nos acercaremos, aunque sea de forma breve, a la historia de la implantación de los medios de comunicación en África, con el fin de contar con perspectiva y elementos de contexto sobre la comunicación mediada.

(1) MCBRIDE, Sean (1980) Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. UNESCO / FCE. México (Accesible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>).
Quaderns del CAC (2005) XXV Aniversario del Informe MacBride. Comunicación internacional y políticas de comunicación. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) y el Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). Barcelona. (Accesible en: http://www.portalcomunicacion.com/informe_macbride/esp/home.asp)

3. UN POCO DE HISTORIA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLONIALES EN NUEVOS ESTADOS NACIÓN

La radio

Los primeros medios de comunicación en África subsahariana son importados de las metrópolis. Las emisiones en radio fueron francesas, inglesas y alemanas, de la misma forma que fueron las primeras cabeceras de prensa. La radio se escuchó por primera vez en Suráfrica en 1924, y en 1928, en Kenya. Su extensión se hizo a partir del África anglófona (la costa este del continente y sur de África), después en la francófona (costa oeste) y lusófona (Cabo Verde, Mozambique y Angola). La verdadera implantación comenzó con la multiplicación de las torres de transmisión. Las estimaciones de la BBC cifran la evolución de estas torres en 7,5 millones en 1965, 23,6 millones en 1975, y 80,6 millones en 1995 para el África subsahariana.

La radio además de ser el primer medio en establecerse en África subsahariana, fue el que más éxito y aceptación despertó desde las primeras emisiones. No en vano, en la radio la protagonista es la voz, la palabra, algo que entronca con el Oramedia del que hablábamos antes. Se puede afirmar que la radio sirvió como instrumento de integración nacional en la época de los monopolios y, a partir de los 80, experimentó la liberalización, la multiplicación de emisoras de carácter comercial e independiente, a lo que contribuyó un triple factor: la nueva situación política, las innovaciones tecnológicas, así como su bajo coste (2). A mediados de los 80 se implantaron las emisoras de FM, que facilitaban la transmisión al evitar las perturbaciones en zona tropical y, por tanto, se multiplicaron los programas en lenguas locales y se favoreció la necesaria descentralización (Sendín - Castel, 2010).

Además, la radio contó con el apoyo institucional y económico derivado del discurso dominante en la década de los 60-70, el mencionado paradigma modernizador de la difusión de las innovaciones a través de los medios de comunicación, en el contexto más amplio de las teorías sobre comunicación y desarrollo. Los postulados de Daniel Lerner (1958) y Wilbur Schramm (1964) defendían las bondades de la difusión de las innovaciones a través de los medios de comunicación -la radio, sobre todo-, en tanto instrumento para la promoción del desarrollo y la libertad. Este paradigma fue asumido entonces por la UNESCO y otras agencias internacionales de desarrollo, lo que se

trajeron en una multiplicación de proyectos y financiación para poner en marcha estaciones de radio.

Hacer un ejercicio de generalización en África subsahariana con el fin de clasificar los diferentes sistemas de radio es complicado, como ya hemos comentado. No obstante, partiendo de la rica diversidad y disparidad entre países de la región podemos encontrar tres sistemas de organización de la radio más una modalidad particular. En primer lugar, un sistema centralizador, en el que la radio pública es claramente progubernamental (Zimbabue), a pesar de que tolere la existencia de radios rurales o religiosas de carácter apolítico, como en Camerún, Togo o Guinea Conakry.

Un segundo sistema sería el de los países en los que conviven radios elitistas, ya sean nacionales, públicas, privadas o internacionales, y que son recibidas por una población educada y de mayor renta. Junto a éstas radios elitistas están las radios populares, sobre todo comerciales, de radio fórmula (música) en las ciudades y radios de confesiones religiosas (iglesias evangelistas, principalmente), así como las radios comunitarias y de carácter educativo en el ámbito rural. En algunos estados, la radio pública conserva la prioridad y emplea su mayor potencia de emisión, con el fin de mantener la idea de unidad nacional, como es el caso de Sudáfrica, Burkina Faso, Ghana y Malí. Mientras que en otros países las radios privadas han conquistado el mercado y buscan tanto al público elitista como a la gran mayoría, como es el caso de Senegal o Uganda.

Un tercer sistema es el que representa mejor Nigeria, el país más poblado de África, que mantiene dos tipos de radio públicas: las federales y la estatal, al tiempo que convive con un panorama múltiple de radios privadas (Tudesq, 2002).

Una categoría adicional de radio es el modelo de radios para la paz y la reconciliación nacionales, puesto en marcha por Naciones Unidas en diversos contextos, como en Sierra Leona, República Democrática del Congo, Liberia o Costa de Marfil.

Uno de los ejemplos más exitosos de este tipo de radios es Radio Okapi (3). Se trata de una emisora de radio que se puso en funcionamiento en 2002, por iniciativa de la MONUC -Misión de Naciones Unidas para la República Democrática del Congo -RDC- gestionada en colaboración con la Fundación Hirondele (4). Consta de una red de 9 estaciones con cobertura en todo el territorio de la RDC y su finalidad es favorecer el diálogo, la reconstrucción pacífica del país y el desarrollo. Pretende llegar a más de 60 millones de congoleños y a la diáspora a través de su sitio web. Emite 7 días a la semana las 24 horas en cinco lenguas: Francés, Lingala, Swahili, Tshiluba y Kikongo. Además de los boletines diarios, incluye reportajes semanales dedicados a difundir las tareas de la MONUC (la más importante desplegada en la actualidad) y programas de política nacional, salud, educación, justicia, derechos humanos y música. Está financiada por Naciones Unidas y con los presupuestos de cooperación de Reino Unido, Suiza, Canadá, Francia, Estados Unidos, Suecia y Holanda.

La prensa

También la prensa en África subsahariana es un producto colonial. Las rotativas llegaban en barco a los puertos del continente a principios del s. XIX. Primero al África anglófona -la costa este del continente y sur de África-, y cincuenta años más tarde al África francófona -costa oeste-. A mediados del s. XIX la prensa experimenta un empuje importante en África del Oeste y sobre todo en África del Sur, ya a finales del s. XIX. Un ejemplo de lo anterior lo tenemos en el británico Cecil Rhodes, cuyo apellido servía para nombrar las actuales Zimbabue y Zambia, fundador de la empresa De Beers, que hoy tiene el monopolio de la producción y comercialización de más del 60% del oro bruto mundial) Rhodes puso en marcha en 1880 un grupo de periódicos -Argus- con dos cabeceras importantes: The Argus (en Ciudad del Cabo, Suráfrica) y The Star (Johannesburgo, Suráfrica), todavía hoy el principal periódico del país. En África del oeste serán los misioneros quienes comenzarán las primeras publicaciones escritas, denominadas "de africanos", por el hecho de emplear lenguas locales.

Habrá que esperar hasta después de la 2ª guerra mundial para que se produzca el reconocimiento de los derechos de los africanos por parte de las potencias colonizadoras. Esto se tradujo en la aparición de la prensa nacionalista y el nacimiento de la prensa de opinión liderada por los protagonistas de las independencias. En Ghana, Kwame Nkrumah funda en 1948 el Evening News; Julius Nyerere crea en Tanzania el Sauri ya Tanu, al que sucede el National Times. Kenneth Kaunda, futuro presidente de Zambia, empieza su carrera política como periodista, de la misma forma que Tsiranana en Madagascar. (Perret, 2005).

Después de las independencias, la prensa se convierte en un órgano de militancia al servicio de la nación que había que edificar. Ejemplifican esta tendencia los proyectos ideológicos de Modibo Keita en Malí, así como el de Leopold S. Senghor en Senegal y el de Houphouët-Boigny en Costa de Marfil, donde hoy todavía se la denomina "prensa de combate".

Al igual que en la radio, el fin de la polaridad Este-Oeste marca un antes y un después en el desarrollo de la prensa. La conjunción de factores conocidos, como la caída de regímenes de partido único y la apertura a la diversidad política encuentra en la prensa un campo de expresión en la década de los 90, con el discurso reforzado de la reivindicación de la democracia y su corolario de libertad de expresión, reunión y asociación. El hecho de que la prensa minoritaria y, por tanto, estuviera sujeta a menos controles que la radio o la televisión, hizo que la contestación y la libertad de opinión se instalaran primero en las páginas impresas.

Televisión

La televisión es menos vista, especialmente en las zonas rurales. Esto se debe a que los costes de entrada en el mercado de televisión son mayores que en otros medios y a que la liberalización es mucho menor. Además, los costes de funcionamiento y equipos también son mayores que en la radio, mientras que la electricidad no siempre está disponible o el suministro es errático. Todos los países, salvo Somalia, tienen canales estatales terrestres de televisión (Kenya tiene 3, Sudáfrica, otros 3); Nigeria ha experimentado un gran aumento de los canales regionales (de 58 a 130 en los últimos 5 años). Mozambique es el único país que cuenta con canales regionales de televisión gestionados por las comunidades, 14 de los cuales han aparecido en los últimos 5 años.

Los medios audiovisuales entran en la categoría de medios estatales, que al tiempo de contar con mayor cobertura y audiencia en los centros urbanos, la mayoría de los estudios coinciden en señalar su orientación progubernamental.

(2) Un receptor de radio cuesta en África del Oeste 1.000CFA (1,5 €), y un estudio de radio se puede conseguir de segunda mano por menos de 10.000 €, además con apoyo de organismos internacionales.

(3) <http://radiookapi.net/>

(4) La Fundación Hironnelle <http://www.hironnelle.org/> es una organización de periodistas creada en 1995, que ha desarrollado importantes iniciativas de radios para la paz y la reconciliación en zonas de crisis, como son: Radio Agatashya, en la región de los Grandes Lagos, Star Radio en Liberia, la Agencia de Prensa Hironnelle ante el Tribunal Penal Internacional de Arusha, Tanzania; Radio Blue Sky en Kosovo, Radio Ndeke Luka en Bangui, República Centroafricana, Moris Hamutuk, un programa de radio para los refugiados de Timor, la mencionada Radio Okapi en República Democrática del Congo, Miraya FM, en Sudán, Cotton Tree News, en Sierra Leona y apoyo a la radio nacional de Nepal, Radio Nepal.

4. TRADICIONES PERIODÍSTICAS Y FUNCIÓN SOCIAL

Al mismo tiempo que el origen de los medios de comunicación en África subsahariana fue de carácter colonial, las tradiciones periodísticas asociadas parecen seguir el mismo patrón. Nyamnjoh (2005:89) sostiene que los países anglófonos siguen inspirados por la tradición de la objetividad y el negocio, mientras que los francófonos continúan anclados en la tradición francesa o latina, inclinada a la literatura e interpretativa en estilo. En términos globales, la tradición francesa, proyectada en los países que usan el francés como lengua vehicular, se caracteriza por una estructura empresarial más débil, su inclinación hacia el periodismo de opinión, sin excesiva distinción entre hechos y comentarios, así como una tendencia a considerar el periodismo como servicio público. De esto último, se deduce que el estado debe preservar los medios y, eventualmente, financiarlos.

Por el contrario, la tradición anglosajona se caracteriza por la comprensión del periodismo como negocio que opera en un mercado competitivo, por lo que su independencia del estado es una precondition necesaria. Así como la distinción estricta entre hechos y opiniones, lo que se traduce en los fenómenos de la prensa de calidad y prensa popular.

Este contraste se puede comprobar al comparar los medios de la República Democrática del Congo o Senegal, países que emplean el francés como lengua vehicular, con las empresas del Aga Khan en Kenya, país anglófono. El diario Le Potentiel en República Democrática del Congo vende 2.500 ejemplares/día, mientras que Daily Nation de Kenya vende 205.000 ejemplares/día, en países con 71 y 43 millones de habitantes respectivamente. (Frère, 2012).

Otra de las influencias del pasado colonial francés estriba en que la mayoría de los medios escritos lo están en francés, por lo que quedan limitados a una reducida élite en las principales capitales, mientras que los países angloparlantes han desarrollado una potente prensa en lenguas nacionales.

Es interesante en este sentido, el papel asignado en los países francófonos a los medios comunitarios, frente a los países anglófonos. En Burkina Faso había en 2010 127 radios, de las que 47 eran comunitarias (para 17 millones de habitantes). En Malí, también francófono, durante 2011 de las 250 radios el 70% eran comunitarias. Mientras, en Kenya, de 50 radios, sólo 8 eran comunitarias (para 42 millones de habitantes). En Tanzania tenían la misma proporción (45 millones de habitantes). Nigeria no tenía ninguna radio comunitaria, a pesar de ser el gigante africano por población (180 millones de habitantes).

Estas radios comunitarias funcionan en los países francófonos con voluntarios en pequeños núcleos urbanos o en pueblos aislados, bajo los principios de la comunicación para el desarrollo. Filosofía opuesta a la que domina en los países anglófonos, donde prevalecen las estaciones comerciales, integradas en grupos multimedia y operando en red con otras radios en diferentes regiones y lenguas.

5. REGULACIÓN Y SITUACIÓN DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

En el continente, hay dos fechas importantes en la consolidación del régimen de libertades y su traslación a textos legales en cada uno de los países: la Declaración de Windhoek en 1991 (5), centrada en la libertad de prensa; y la Carta Africana de la Radiodifusión en 2001 (6), que amplía el foco de acción a los medios audiovisuales. Ambos documentos dejan constancia de la importante tarea que tienen encomendada los medios en las sociedades africanas como instrumentos de la libertad de expresión y opinión y, en particular, el segundo documento, acerca de la relevancia de los medios audiovisuales comunitarios, con una clara vocación social por el desarrollo.

La regulación específica en la mayoría de los países subsaharianos parece confirmar, con particularidades, la misma tendencia del patrón colonial ya mencionada. La legislación en los países de tradición francófona es intervencionista, mientras que en los países anglófonos las normas y el control de los contenidos son ejercidos por códigos éticos y autoridades profesionales (consejos de prensa y entes de autorregulación). En la misma dirección, las autoridades reguladoras de medios en países francófonos son responsables de vigilar los contenidos, mientras que sus homólogas anglófonas están integradas en el regulador de las telecomunicaciones y se limitan a conceder las licencias de emisión. Mientras el estado está virtualmente ausente en el contexto anglófono, en el francófono interviene en diferentes niveles, especialmente, a través de apoyo financiero y material para la prensa privada (Frère, 2012).

Los profesionales de la comunicación del continente se enfrentan a los mismos retos que acucian al resto de la profesión en el resto del planeta: la oportunidad y el desafío de la migración a Internet, reducción de costes y de plantillas, el problema del rigor ante la inmediatez y la validez de las informaciones, entre otros. Sin embargo, hay algunos retos adicionales. Eric Chinje (7) menciona, en primer lugar, las trabas que los periodistas encuentran por parte de las empresas propietarias de los medios en los que trabajan, así como problemas financieros unidos a la corrupción y al olvido de valores éticos. En segundo lugar, la formación de los profesionales es desigual y, en muchos casos, ha derivado en una "cultura del per diem", con multiplicación de cursos a los que se asiste únicamente por la remuneración. En tercer lugar, los donantes y formadores no se coordinan; así, el primer intento de coordinación -Acuerdo para el Desarrollo de los Medios en África (ParMa, sus siglas en inglés)- no incluyó a los profesionales africanos, lo cual hizo que fracasara rápidamente.

(5) http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-RL_ID=1595&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

(6) http://portal.unesco.org/ci/en/files/5628/10343523830african_charter.pdf/african%2Bcharter.pdf

(7) BECKETT, C., KYRKE-SMITH, L. eds. (2007). Development, governance and the media: The role of the media in building African society. London. LSE- Polis. p. 14 (Accesible en <http://www.lse.ac.uk/collections/polis/pdf/DGMfullreport.pdf>)

6. MÁS ALLÁ DE LOS MEDIOS TRADICIONALES

Lo mencionado hasta ahora intenta reflejar, con limitaciones, el panorama mediático en el continente. Sin embargo, existe una línea de reflexión, que surgió a raíz del fenómeno de los medios del odio -el muy debatido papel desempeñado por medios como la Radio Televisión Libre de las Mil Colinas en Ruanda, como desencadenante del genocidio de 1994 en este país- que es crítica con el modelo de democracia Occidental y el papel de cuarto estado o de vigilancia del poder por parte de los medios (Curran 2010; Nyamnjoh 2005; Perret 2005). De acuerdo con esta línea, los problemas que encuentran los periodistas en su día a día, no provienen únicamente de las limitaciones señaladas más arriba, sino que, más bien son percibidos como el resultado de la forma actual de democracia liberal aplicada a África. Por ello, nuestra comprensión sobre el rol de los periodistas y los medios en general descansa en nuestra modelo de democracia, así como el papel que asignemos a la esfera pública y a la sociedad civil.

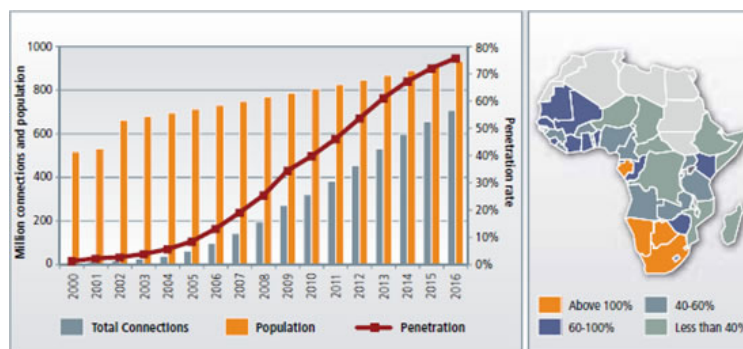
En este sentido, algunos autores proponen que, en lugar de buscar un modelo universal de sociedad civil o de esferas públicas en el contexto africano, parece más relevante centrarse en analizar las estructuras institucionales y conceptuales que son las encargadas de mediar entre estado y sociedad (Spitulnik 2002:178). Por tanto, si la cuestión se amplía más allá de conocer los medios de comunicación, es decir, intentar comprender cómo se relacionan las personas políticamente en África, parece relevante incorporar a futuro, como ya propuso Uboajah, analizar otros medios de comunicación, como los graffiti, CD's, las agrupaciones informales, las ágoras, o los discursos de los "titrologues".

7. UN CONTINENTE MÓVIL. ALGUNOS RETOS Y OPORTUNIDADES

Esta visión panorámica de los procesos de comunicación en el continente no podría estar completa sin una mirada a las transformaciones actuales, así como a los retos que plantean. En este apartado plantearemos algunos de los más relevantes.

El fenómeno más destacado en los últimos cinco años es la explosión de la telefonía móvil. En la mayoría del continente, el uso de teléfonos móviles sobrepasa con creces al uso de Internet. En este sentido, África ha saltado una generación tecnológica, circunvalando el correo electrónico, para llegar a los mensajes cortos de texto (SMS). El continente africano protagoniza la mayor tasa de crecimiento mundial en móviles (8) . En 2005 había 90 millones de teléfonos móviles, hoy hay más de 700 millones y la tendencia es a un crecimiento mayor, tal como se aprecia en el gráfico siguiente.

Gráfico 1. Conexiones móviles, población y extensión en África Subsahariana desde 2000-2016



Fuente: GSMA, 2012

La explicación de este fenómeno tiene que ver con la baja implantación de las líneas terrestres de telefonía, que requiere de importantes inversiones en infraestructura que no se han realizado. En 2010, la región subsahariana tenía 28 líneas de móvil por cada conexión fija. Los principales operadores están invirtiendo, por el contrario, en ampliar el ancho de banda móvil, con el fin de universalizar el servicio.

El uso de los móviles supera el 37% de la población africana (1.073.380.925 habitantes en 2012), mientras Internet sólo llega al 7% de la población y, de éstos, el 27% está en Sudáfrica. Sobre los más de 167 millones de usuarios de Internet en el continente, más de 5 millones eran de Facebook, durante 2012 (9) .

En contraste con el hecho de que sólo un 7% de la población accede a Internet en el continente (15,6% de penetración en su población), Kenya ocupa el primer puesto mundial en banca móvil (GSMA-Deloitte, 2012). En efecto, este país que además lidera la implantación de líneas móviles en el continente, tiene el banco más grande y de mayor crecimiento de África, denominado M-Pesa (dinero, en swahili), que ya mueve más de un tercio del PNB del país. Con más de 14 millones de suscriptores este servicio opera a través del operador Safaricom propiedad de Vodafone, con más de 28.000 agentes en todo el país. Enviar y recibir dinero es tan fácil como tener cuenta en M-Pesa y utilizar su servicio de mensajería SMS; cuando el receptor enseña el mensaje con el envío de dinero a uno de las agencias de la compañía, recibe el importe en metálico en el instante.

Existen más ejemplos de creatividad y apropiación de Internet en el continente, como la plataforma Ushahidi (10) , que permite visualizar y localizar cartográficamente cualquier acontecimiento (en especial violaciones de derechos humanos). Al mismo tiempo, aunque en diferente dirección, encontramos proyectos de carácter estatal, como el WoredaNet en Etiopía, con la finalidad de proyectar una estrategia de e-gobierno en todo el país con enfoque centralizador. Todos ellos contrastan con las cifras actuales de penetración de Internet en la población. Sin embargo, la extensión del fenómeno móvil hace prever que Internet también será móvil en el continente y su potencial es enorme.

Las redes sociales y su papel en las revoluciones y movimientos sociales en el continente suponen una de las manifestaciones más claras, al tiempo que más debatidas, de la transformación que implica Internet en los procesos de comunicación y poder, así como su papel como herramienta de movilización social en las revueltas árabes, que comenzaron en Túnez en 2010.

Uno de los ángulos más interesantes del debate consiste en determinar la verdadera influencia de Internet y la movilización digital en las revueltas árabes, y en qué medida el énfasis en el papel de Twitter y Facebook ha oscurecido la posición de las organizaciones de base, sindicatos, organizaciones de mujeres, así como asociaciones de interés común en el desencadenamiento de la protesta y el vuelco político en Túnez, Egipto, así como otros países fuera del continente. Hemos de mencionar también el importante papel de la revuelta y los blogueros al sur del Sáhara, como el movimiento “Y'en a marre” (versión del estoy harto en francés aculturado), menos conocido en nuestro entorno.

Los primeros análisis en Occidente sobre la primavera árabe se apresuraron a destacar el papel de las tecnologías digitales en la organización y desencadenamiento de las revueltas, con lo que se ofrecía un panorama superficial, que dejaba en un lugar menos visible las profundas desigualdades sociales y la precariedad material de la población - especialmente la más joven-, a lo que había que unir la represión por parte de aparatos estatales dirigidos por élites depredadoras. Asimismo, el excesivo énfasis en el rol desempeñado por los móviles y las redes sociales impedía visualizar las luchas continuadas por parte de la sociedad civil y la desesperación concentrada en buena parte de la población. El caso más claro fue el de Túnez, pues tanto en la huelga general de 2009 en Ben Guerdane, como en las protestas de 2010 en las minas de fosfato de Gafsa ya se habían producido levantamientos de población obrera, brutalmente reprimidos por parte del estado (Barreñada, 2011). Sin embargo, los primeros análisis de la primavera árabe tunecina no se hicieron eco de estos antecedentes que ya habían recalentado el ambiente social, antes de que el joven Mohamed Buazizi llegara al extremo de la desesperación y se prendiera fuego en diciembre de 2010, desencadenando una protesta social que hizo huir del país al presidente Ben Ali y su familia cuatro semanas más tarde.

Análisis posteriores han moderado el entusiasmo digital de las primeras explicaciones para incorporar los antecedentes y el contexto necesarios que permitan explicar el porqué de la movilización, así como su desarrollo y proyección global. Castells (2012) puntualiza que la tecnología, obviamente, no determina ningún movimiento ni comportamiento social, pero también explica que Internet y las redes de telefonía móvil no constituyen simples instrumentos, sino que son además formas de organización, expresiones culturales y plataformas para la autonomía política. Es decir, primero hay una situación injusta de partida con diferentes particularidades que mueve a las personas a expresar su opinión y, después, las tecnologías de la información mediatizan ese impulso “de forma que las revoluciones se seguían en pocas semanas y continuaban una pauta notablemente similar” (Castells, 2012:108-112).

Finalmente, el protagonismo de China en África es uno de los temas más debatidos en la actualidad, en el que a menudo aparecen términos como nuevo imperialismo o invasión por recursos. Por el momento, parece más prudente analizar detenidamente el papel específico de China en África, en la medida que todavía no existe evidencia empírica suficiente que permita avanzar conclusiones como las mencionadas (Gagliardone et al., 2012).

El pragmatismo chino se ha traducido en un constante flujo de inversiones en infraestructura por todo el continente, (entre otras, la modernísima sede de la Unión Africana, en la capital de Etiopía), pero también en ambiciosos proyectos mediáticos, como el primer periódico móvil, lanzado por un consorcio formado por la agencia estatal de noticias china Xinhua, el operador móvil más importante de China, Huawei, más el operador keniano Safaricom. Este acuerdo permite a los usuarios de móvil en Kenia recibir en su terminal noticias suministradas por el consorcio a través de mensajes multimedia. O el centro de producción de noticias lanzado en enero de 2012 por el canal estatal chino CCTV en Kenia, con aplicación incluida para móviles, centrado en noticias africanas e internacionales.

La extensión del poder blando de China en África conviene entenderlo en un marco más amplio. Deng Xiaoping ejemplificaba el pragmatismo chino con la famosa frase de que es igual que el gato sea blanco o negro, lo que importa es que cace ratones. China es un gigante económico que establece alianzas con nuevos actores a lo largo del planeta y en África se caracterizan por el apoyo decidido a las infraestructuras -también la cultura y el idioma, a través de los Institutos Confucio- y los medios de comunicación. Las principales reticencias por parte de Occidente y muchos analistas proceden del hecho de que China no condiciona su apoyo al establecimiento de regímenes democráticos, ni hace preguntas sobre el nivel de cumplimiento de los derechos humanos antes de invertir. Por ello, habrá que estudiar y seguir de cerca la proyección de China en todo el continente.

(8) GSMA-Deloitte (2012) Sub-Saharan Africa Mobile Observatory. London. http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2013/01/gsma_ssamo_full_web_11_12-1.pdf (acceso 7 de junio de 2013)

(9) <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm> (acceso 10 de junio de 2013)

(10) <http://ushahidi.com/products/ushahidi-platform>

8. CONCLUSIÓN

Este rápido recorrido por el panorama de la comunicación en África nos ha llevado a través de la comprensión de la comunicación por parte de los autores africanos, por una historia de la implantación de los medios de comunicación, así como las tradiciones periodísticas asociadas, la regulación y, por último, los principales retos y oportunidades que parecen asomarse al horizonte de este continente tan grande como diverso.

Como hemos visto, los medios de comunicación tradicionales tienen una clara herencia colonial, que se proyecta aún en la actualidad tanto en las filosofías de funcionamiento como en los patrones de regulación, con una diferencia clara entre el modelo francófono, con escaso desarrollo empresarial, periodismo de opinión e importante regulación; y el anglófono, con potentes industrias mediáticas, periodismo de información y autorregulación. La radio, al entroncar con la tradición del Oramedia, detenta un protagonismo sólo contrarrestado por la implantación de los móviles. La prensa es fenómeno de élites en las ciudades y terreno para el debate político; mientras que la televisión ofrece un panorama poco plural, por los elevados costes de entrada así como el excesivo control por parte del estado.

La revolución móvil y el aún lento desarrollo e implantación de Internet presentan un panorama sorprendente, en el que la tradición africana convive directamente con los boletines de noticias difundidos a través de mensajes multimedia y las transferencias de dinero efectuadas al instante por medio de SMS. Sin embargo, frente al entusiasmo digital que privilegia la explicación tecnológica de los fenómenos sociales, si hay algo que podemos aprender de África es la original y polifónica forma de adecuar la tecnología a las necesidades locales.

En definitiva, no es posible comprender el fenómeno de la comunicación y dentro de ella los medios, aislándola del contexto social más amplio en el que tiene lugar, en este caso, África. El objetivo de este trabajo ha sido intentar aportar datos y reflexiones para comprender esta compleja interacción, comunicación y África. Si los lectores se animan a acercarse a conocer más el contexto africano el objetivo estará cumplido.

BIBLIOGRAFÍA

BAHI A. (2001) "L'effet "titrologue": Une étude exploratoire dans les espaces de discussion de rues d'Abidjan". En *Quête* n/8, Abidjan: PUCI: p. 129-167.

BARREÑADA, Isaías (2011) "Las revoluciones árabes, la cuestión de la justicia social y el papel los sindicatos", Anuario 2011, Fundación Primero de Mayo, Madrid, p.261-277.

CASTELLS, Manuel, (2012) *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.

CURRAN, J. and SEATON, J. (2010) *Power Without Responsibility*, 7th edition, London UK: Routledge.

FRÈRE, Marie-Soleil (2012): *Perspectives on the media in 'another Africa'*, Ecquid

Novi: *African Journalism Studies*, 33:3, p.1-12 (Accesible en: <https://dipot.ulb.ac.be/dspace/bitstream/2013/133699/1/Intro.MSF.pdf>)

GAGLIARDONE, I, STREMLAU, S. & NKURUMAH, D. (2012), "Partner, prototype, or persuader? China's renewed media engagement with Ghana", *Communication, Politics & Culture*. Vol. 45, p.174-196. (Accesible en: <http://mams.rmit.edu.au/xbo3w37se3t8z.pdf>)

KAPUSCINSKI, Ryszard (2000) *Ébano*. Barcelona: Anagrama

LERNER, Daniel. (1958) *The Passing of Traditional Society: Modernising the Middle East*. Nueva York: The Free Press.

NYAMNJOH, Francis (2005) *Africa's Media, Democracy and the Politics of Belonging*. London: Zed Books.

PERRET, Thierry. (2005). *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*. Karthala: Paris.

ROGERS, Everett. 1976. "Communication and development: the passing of a dominant paradigm," *Communication Research* 3(2), p. 213-40.

SCHRAMM, Wilbur (1964). *Mass media and national development*. Stanford: CA. Stanford University Press.

SENDÍN, José Carlos; CASTEL, Antoni (Eds.) (2010) *Esfera pública africana. Medios para las democracias*. Madrid: Catarata.

SPITULNIK, Debra (2002) *Alternative Small media and communicative spaces*, in *Media and Democracy in Africa*. Goran Hyden, Michael Leslie, Folu Ogundimu (Eds) New Brunswick: Transaction Publ.

THÉROUX-BÉNONI, Lori-Anne (2009) *Manufacturing conflict? An ethnographic study of the news community in Abidjan, Côte d'Ivoire*. (PhD thesis. Graduate Department of Anthropology. University of Toronto. (Accesible en: https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/19098/1/Theroux-Benoni_Lori-Anne_200911_PhD_thesis.pdf)

TUDESQ, André-Jean. (2002). *L'Afrique parle, l'Afrique écoute : Les radios en Afrique subsaharienne*. Karthala: Paris

UBOAJAH, Frank Okwu (1987) *Current Debates in the Field of Mass Communication Research: An African Viewpoint*. *Africa Media Review*, Vol 1, n° 2 (Accesible en: <http://archive.lib.msu.edu/DMC/African%20Journals/pdfs/africa%20media%20review/vol1no2/jamr001002002.pdf>).

GUÍA DE RECURSOS SOBE ÁFRICA: Andersson, Marianne, Lund Moberg, Åsa, (2011) *Studying Africa: a guide to the sources* Nordiska Afrikainstitutet (Accesible en: <http://www.nai.uu.se/library/africainfo/studyingafrica/>).

Portal de la Comunicació InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2013



Institut de la Comunicació (InCom-UAB)

Edifici N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)

Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat