

UNA VISIÓN OPTIMISTA SOBRE EL PERIODISMO AFRICANISTA ESPAÑOL

AN OPTIMISTIC VIEW ON THE SPANISH
AFRICANIST JOURNALISM

ÁNGELES JURADO QUINTANA | JOAN TUSELL PRATS
angelesjurado@hotmail.com | ajurado@casafrika.es

Área de medios de comunicación
de Casa África

Resumen: Los medios de comunicación ejercen una labor social fundamental y trabajan con un bien de una naturaleza muy especial, la información, pero también son negocios sujetos a los vaivenes de un mercado y a la ley de la oferta y la demanda. En el caso español, han mostrado tradicionalmente un interés muy superficial y esporádico por las realidades africanas, acicatado habitualmente por un conflicto, una hambruna o un desastre natural. Es habitual escuchar o leer entre los periodistas que se dedican al continente que “África no vende” y estamos acostumbrados a las quejas de esos profesionales a la hora de intentar vender sus reportajes y artículos a medios generalistas o, incluso, de cobrar una remuneración digna por el conocimiento, el esfuerzo y el compromiso de informar sobre y/o desde África. Sin embargo, y pese a este retrato desolador con el que seguro coinciden muchos periodistas, se percibe la sensación de que, desde el punto de vista ‘africanista’, se vive un buen momento y hay razones para el optimismo. **Palabras clave:** Periodismo; África; formación de los periodistas; medios de comunicación.

Abstract: The media have a major social work and endeavors with a commodity of a very special nature, the information. But media are also businesses subject to the vagaries of the market and the law of supply and demand. In the Spanish case, media have traditionally shown a very superficial and sporadic interest in African realities, usually spurred by conflict, famine or natural disaster. It is common to hear or read among journalists who are dedicated to the continent that "Africa does not sell" and the complaints of those professionals are normal when trying to sell their stories and articles to mainstream media or even charge a decent remuneration for their knowledge, effort and commitment to report and / or from Africa. However, and despite this bleak portrait with which many journalists agree, it is also true that, from the point of view "Africanist" there is the perception of new times and there are reasons for optimism. **Keywords:** Journalism; Africa; training of journalists; media.

LOS MEDIOS de comunicación ejercen una labor social fundamental y trabajan con un bien de una naturaleza muy especial, la información, pero también son negocios sujetos a los vaivenes de un mercado y a la ley de la oferta y la demanda. En el caso español, han mostrado tradicionalmente un interés muy superficial y esporádico por las realidades africanas, acicatado habitualmente por un conflicto, una hambruna o un desastre natural. Es habitual escuchar o leer entre los periodistas que se dedican al continente que “África no vende” y estamos acostumbrados a las quejas de esos profesionales a la hora de intentar vender sus reportajes y artículos a medios generalistas o, incluso, de cobrar una remuneración digna por el conocimiento, el esfuerzo y el compromiso de informar sobre y/o desde África. Sin embargo, la falta de interés de los medios españoles en temas africanos tiene su fundamento en el mercado informativo actual y en el desinterés en temas africanos que existe entre los ciudadanos que se informan en ellos.

Por si todo esto fuera poco, estos tiempos de recortes y crisis, especialmente en el sector del periodismo, han diezmando las filas de redactores, corresponsales y enviados especiales en todo el planeta y en todas las secciones de los medios. Son pocos los profesionales que están sobre el terreno y, aunque hablamos de periodistas que hacen una labor excelente, suelen estar mal pagados y poco reconocidos. Las redacciones, en muchos casos famélicas y mileuristas, tienden a editar las traducciones del teletipo de la agencia norteamericana, inglesa o francesa de turno. No se recurre al especialista ni al periodista africano que pueda aportar datos y contextos. El lenguaje se transforma en otra barrera para la información: se busca a personas que puedan comunicar sobre África en español y todavía encontramos pocas referencias a la hora de tratar temas africanos entre los expertos de nuestro país.

Por otra parte, la búsqueda de la inmediatez, el periodismo-espectáculo o de entretenimiento, la falta de espacio para el análisis y la investigación, la lejanía y el consiguiente desconocimiento o el ‘ruido’ mediático, con miles de mensajes superponiéndose a golpe de la actualidad en los canales en los que circula la información, no contribuyen a mejorar la representación de las realidades africanas en nuestros medios. No hay tiempo ni dinero para reportajes largos y concienzudos, para investigar sobre el terreno, para especializarse y crear una buena cartera de contactos y fuentes, para leer y formarse mejor.

Éste, quizás, es el análisis más crudo de la situación actual del periodismo en España en estos momentos. Sin embargo, y pese a este retrato desolador con el que seguro coinciden muchos periodistas, se percibe la sensación de que, desde el punto de vista ‘africanista’, se vive un buen momento y hay razones para el optimismo. Se podría decir incluso que, en estos últimos dos o tres años, se ha escrito muy bien y mucho del continente africano en los medios españoles.

El periodismo africanista español

Quizás sea una impresión sin fundamento, pero en España crece el número de periodistas especializados en África, estudiantes de periodismo que se forman e investigan en y sobre África, corresponsales y periodistas *freelance* que se deciden a dar el salto al continente. Tenemos el privilegio de contar con medios monográficos como Guinguinbali, Afribuku, Mundo Negro o Wiriko. Gozamos de firmas solventes en temas africanos, tanto sobre el terreno como en una redacción local, y a la mente vienen los nombres de José Naranjo¹, Gemma Parellada, Chema Caballero², Raquel Villaécija, Nicolás Castellano³, Lola Huete⁴, Xavier Aldekoa, Marta Rodríguez⁵, Alberto Rojas⁶, Eduardo Molano⁷, Txema Santana⁸ o Laura Gallego. Dignos herederos de maestros como Rosa María Calaf, Bru Rovira⁹, Ramón Lobo, Gervasio Sánchez, Carmen Sarmiento, Miguel Gil, Enrique Meneses o Vicente Romero, por citar algunos.

El trabajo de los periodistas ‘africanistas’ españoles se reconoce tanto dentro como fuera de nuestras fronteras: Alberto Rojas y Raquel Villacécija recibieron una beca de la Fundación Bill y Melinda Gates para documentar la guerra en la República del Congo¹⁰; la productora de Xavier Aldekoa trabaja de manera habitual con Al Jazeera haciendo reportajes africanos en el terreno; y Gemma Parellada colabora regularmente con CNN y otros medios globales. Cada vez existe un acceso mayor a historias, voces y contextos africanos en proyectos como *Planeta Futuro* o el blog *África no es un país*, además de en blogs especializados y en todos los formatos imaginables. Hay periodistas, como Carlos Bajo Erro, que están documentando temas tan interesantes como la organización de las sociedades civiles africanas a través de las nuevas tecnologías¹¹. Historiadores especializados en África con blogs reseñables como *Huellas de Kuma*. Analistas de política internacional que estudian la nueva centralidad de

[01] @Naranjo_P en twitter

[02] @61chema

[03] @NikoCastellano

[04] @MissyLolaHueteM

[05] @LaMartix

[06] @Rojas1977

[07] @EduardoSMolano

[08] @Txemita

[09] http://elpais.com/diario/2004/04/28/sociedad/1083103211_850215.html

[10] <http://journalismgrants.org/press-release-the-european-journalism-centre-announces-new-winners-and-new-deadline-of-the-innovation-in-development-reporting-grant-programme/>

[11] http://elpais.com/autor/carlos_bajo_erro/a/

África en el panorama geopolítico internacional. Y amantes de la cultura con proyectos de difusión de las artes africanas: Wiriko, Afribuku, Radio África, etc. También se pueden leer firmas de periodistas y expertos africanos en medios españoles, y aquí habría que mencionar a Nestor Nongo¹², Donato Ndong, Jean-Arsène Yao o la red de periodistas africanos que informaba en *Guinguinbali* desde sus propios países. El nombre de la periodista congoleña Caddy Adzuba es familiar ahora para muchos españoles tras haber recibido el premio Príncipe de Asturias¹³.

Lo más interesante es que esos medios y profesionales ‘africanistas’ españoles no se enrocan en los estereotipos de conflictos, hambre y pobreza: abren las miradas a mil realidades más. También empieza a formarse cierta conciencia de colectivo africanista¹⁴ entre periodistas y personas interesadas en temas del continente que se ve reflejado en medios y redes sociales. Los periodistas que trabajan en el ámbito africano comparten experiencias, se siguen en redes sociales y se ayudan, conscientes además de que el impacto de su trabajo es tan importante en la red (porque llega y circula fluidamente precisamente entre el colectivo especializado) como en su medio para su audiencia generalista.

La revolución que ha supuesto la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación es también fundamental para comprender los cambios que se han dado en el periodismo en general y en el ‘africanista’ en concreto. Antes de este campo abierto que es Internet, el espacio concedido a África en los medios de comunicación era mínimo: 30 segundos de forma esporádica en un informativo de televisión, breves en la sección de Internacional de los periódicos o reportajes con fotografías sangrientas en las revistas. El imaginario africano fue, hasta hace casi nada, patrimonio exclusivo de los niños famélicos de Etiopía, los machetes de Ruanda o las guerras civiles, golpes de estado y conflictos tribales en países cuyo nombre aparecía por primera vez en un telediario.

Aunque es obvio que esas historias debían ser contadas y que el reporterismo español (caso de programas históricos como *En Portada*) hizo una grandísima labor, contribuyeron involuntariamente –al ser las únicas noticias que llegaban sobre el continente a las audiencias españolas– a que se armara el tópico del África unitaria: conflicto despiadado, con niños empuñando armas y una violencia desmedida e irracional; inestabilidad política; hambrunas recurrentes; pobreza extrema; violaciones de los derechos humanos.

[12] @NestorNongo

[13] <http://www.fpa.es/es/premios-principe-de-asturias/premiados/2014-caddy-adzuba.html?especifica=0>

[14] En este caso, el que apuesta por la difusión en términos positivos del continente africano.

Más tarde, los años de mayor llegada de pateras y cayucos reafirmaron precisamente este conjunto de estereotipos y prejuicios enraizado en el imaginario español. No hay que olvidar que la inmigración, y en ese momento la africana era la más fácilmente documentada pese a que el grueso de llegadas se producía por vía aérea, estuvo hace no muchos años en lo más alto de las preocupaciones de los españoles en la encuesta del CIS¹⁵. La atención mediática, por lo visual y en cierta manera fácil cobertura que tenía el fenómeno, contribuyó a instalar la imagen de las que se calificaban ‘invasiones’ y ‘llegadas masivas’ de africanos a nuestras costas.

En este contexto, y teniendo en cuenta que no han transcurrido ni diez años desde esos momentos críticos, hay motivos para ser optimistas al analizar la realidad mediática española en relación con África.

La aportación de Casa África

Casa África es un consorcio formado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), el Gobierno de Canarias y el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Su trabajo se inscribe en los campos de la diplomacia pública¹⁶, la diplomacia económica¹⁷ y la diplomacia cultural¹⁸. La misión y el eslogan de Casa África hacen referencia a acercar a africanos y españoles.

En materia de comunicación, este acercamiento se podría resumir en una simple frase: lograr que los medios de comunicación españoles hablen más y mejor de África. La lógica de la institución es que si los medios hablan bien y mucho de África, los españoles en su conjunto estarán mejor informados sobre las realidades africanas y, por tanto, hablarán también más y mejor de y con el continente africano.

La labor del área de Comunicación de Casa África en los inicios del trabajo de la institución (2007) se centraba en lograr que las voces africanas llegaran a la opinión pública española directamente a través de los medios de comunicación. Implicaba contribuir a que los africanos fueran vistos como fuente, recurso, experto y tema para los periodistas españoles. Exactamente como sucede con los expertos y medios alemanes, argentinos o norteamericanos.

[15] http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/listaTematico.jsp?tema=82

[16] <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/Diplomaciapublica.aspx>

[17] <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/DiplomaciaEconomica.aspx>

[18] <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/ProyeccionCultural.aspx>

Se pretendía que los africanos pudieran abandonar el papel de objeto en un esquema de cosificación y alienación que se reproducía en los medios, heredado probablemente de la breve historia colonial africana de España y reforzado con siglos de desinterés hacia el continente africano. La intención de Casa África en esos comienzos era contribuir a transformar al ‘Africano’, ese objeto exótico y desgraciado que cuadraba bien como víctima en una página de periódico, en un sujeto que tomara parte en la narrativa sobre sí mismo y presentara su propia historia.

La institución consideraba (y considera) que los mejores expertos en África suelen ser africanos y que, en el caso del periodismo, normalmente no trabajan en grandes agencias internacionales, sino en cabeceras como *Seneweb* o *Mail&Guardian*. Muchos de ellos en condiciones peligrosas o muy duras, sin recibir reconocimientos de ningún tipo y sin un curriculum trufado de libros citados con referencia en redacciones y universidades de medio mundo.

Por eso, y al margen de la labor de gabinete de prensa de Casa África (y la difusión de actividades, trabajo y puntos de vista de la institución), una gran parte del trabajo del área de Comunicación de Casa África se ha ido centrando en ser ‘fuente de fuentes’, en localizar contactos africanos para los periodistas que necesitan expertos para tratar temas del continente. También en facilitar la presencia de periodistas españoles en diversas actividades que se organizan en África y muestran su potencial y en acercar a expertos africanos de todo tipo a diferentes puntos de España en el marco de diferentes acciones que abarcan desde la economía y la historia a la literatura, la fotografía o el urbanismo.

Las circunstancias han cambiado con el tiempo

Hoy en día, parece inevitable que, si a un periodista español le interesan los temas africanos, recurra directamente a Cheikh Fall¹⁹ (Senegal) en Twitter, o al blog de Israel Guebo (Costa de Marfil), o al trabajo en Wikipedia de Cyriac Gbogou (Costa de Marfil), o a experiencias como Invisible Borders, medios como Sahara Reporters, emprendedores como Verone Mankou²⁰ (República del Congo), activistas como Aminata Traoré (Mali) o las plataformas de la sociedad civil que se expresan en el ciberespacio, como CivSocial²¹ (Costa de Marfil), Y'en marre (Senegal) o Le Balai Citoyen (Burkina Faso).

También, como apuntábamos previamente, se cuentan otro tipo de historias cuando se habla de África: sin dejar de denunciar la pobreza, los conflictos

[19] @Cypher007

[20] @Verone

[21] <http://blogs.elpais.com/africa-no-es-un-pais/2013/04/la-red-marfilena-2.html>

o el hambre, siempre informando sobre ellos desde sus causas profundas y sus contextos, cada vez hay más historias positivas, vitales, que muestran la ‘normalidad’ cotidiana de la mayoría de las vidas africanas. Se percibe en muchos medios el esfuerzo por intentar reflejar condicionantes históricos, circunstancias y contextos que expliquen lo que pasa en África sin irse a lo fácil ni al cliché. Aunque el caos y la violencia irracional se adueñen de los titulares en ocasiones o circulen imágenes que jamás se publicarían si sus protagonistas fueran occidentales y blancos, ya existe un ejercicio de reflexión en algunos medios y una responsabilidad a la hora de informar. Incluso en temas que, en principio, interesan poco, como sucede habitualmente con África. En este sentido, es muy gratificante comprobar que han surgido iniciativas como #Comunicambio por el interés de los propios periodistas. #Comunicambio es un foro donde los responsables de oenegés y agencias y los periodistas que trabajan para ellas o en temas de carácter social pueden debatir, analizar su trabajo y plasmar sus inquietudes y lo que se aprende en el camino en códigos éticos y de buenas prácticas.

Por todas estas razones, Casa África está alcanzando otra etapa en su trabajo con medios y su labor evoluciona hacia facilitar las redes de trabajo hispano-africanas y la conexión entre periodistas y sociedades civiles en España y África.

Propuestas

Casa África coordinó y publicó, a finales de 2011, un pequeño cuaderno titulado *Si hablas de nosotros*, en el que se solicitó a once periodistas africanos que explicaran libremente cuál era su visión de cómo Occidente presenta la realidad africana en sus medios. Es un trabajo que está disponible en pdf y papel y que se puede descargar en la web de Casa África de manera gratuita.

Muchas de las cuestiones que aparecían en este texto siguen vigentes a día de hoy. Sin embargo, hay cosas que han cambiado para mejor y se podrían actualizar otras reflexiones e incluir nuevas propuestas que enumeramos a continuación:

- 1) Es algo reiterativo: no es nada sencillo hablar de África. Como dice el escritor senegalés Boubacar Boris Diop, África como tal no existe. Siempre insistimos en que se trata de un enorme continente dividido en 54 países, que en la mayoría de casos son a su vez multiétnicos y muy complejos social y políticamente. Por eso, debería ser algo natural la condena al olvido de coletillas del estilo “así es el día a día en África”, “al estilo africano”, “al ritmo africano”. Aunque sea positiva la utilización de África como un ente unitario cuando se apela al panafricanismo, a la conciencia colectiva o al progreso común, no lo es cuando se llega a la conclusión de que algo no va bien por

una lógica casi determinista. Lo ‘africano’ se utiliza también para sentenciar que en África no se avanza porque África es así.

2) Es necesario prestar más atención a los medios africanos y respetar la información que generan y a sus profesionales. La mejor manera de seguir el conflicto de Mali puede ser a través de *Maliweb* o *Maliactu*, de la misma manera que la prensa y las páginas web nigerianas son esenciales para entender a un país tan diferente de norte a sur o qué sucede con Boko Haram. En la prensa económica, los puntos de vista africanos sobre los asuntos africanos son siempre necesarios y, además, reveladores. Incluso los comentarios de los lectores son recomendables, puesto que delatan rápidamente la tendencia de cada medio o cuál es el estado de opinión de un país en momentos puntuales. Es cierto que existen medios africanos muy politizados y otros que simplemente sirven de portavoces de intereses políticos y económicos muy específicos. Pero eso es una lacra universal del periodismo y no debe esgrimirse como coartada a la que aferrarse para borrar todo el hemisferio mediático africano del mapa. Los medios de comunicación occidentales reflejan, muchas veces, una realidad en la que los africanos no se reconocen. Figuras como la de Gadafi, las intervenciones humanitarias extranjeras en suelo africano, el papel del Tribunal Penal Internacional o incluso la teoría del *#AfricaRising* son objeto de un consenso casi general en Occidente que no tiene nada que ver con muchas visiones africanas de la actualidad.

3) El pulso de las redes sociales y especialmente, de Twitter, sirve para crearse una composición de lugar válida y bastante completa sobre lo que sucede en el continente africano. Esta red social es una herramienta imprescindible en el seguimiento de medios e información africanos. En Twitter están presentes cabeceras africanas, corresponsales, africanistas y amantes del continente que forman parte de una red abierta de contactos no sólo accesibles, en la mayoría de las ocasiones, sino deseosos de interactuar con usuarios con intereses comunes. La herramienta de las listas de Twitter ‘africanistas’ también es una opción interesante para recibir información actualizada, fiable y fundamental para comprender cuestiones africanas y explicarlas a terceros. A nivel más amplio, las nuevas tecnologías sirven para superar obstáculos como la distancia y procesos complicados para acceder a la información. Hoy en día es posible concertar charlas por Skype, comunicarse de manera casi inmediata por correo electrónico o montar un artículo en base a conversaciones e información recabada en Facebook o Instagram.

4) Es necesario salir definitivamente del esquema que lleva a los medios españoles a situar bajo los focos al expatriado de una oenegé, al turista atrapado por una revolución o al diplomático europeo. A veces es necesario y la cercanía es atractiva para la audiencia, pero esta actitud “da la impresión de que los africanos no pueden analizar las realidades que viven o padecen, como si no pudieran explicarse a sí mismos”²². El ébola –por ejemplo– no puede interesar a los medios de comunicación sólo por cuatro casos españoles “importados”: tiene que despertar su interés porque ha truncado miles de vidas y proyectos vitales, ha supuesto una hecatombe para países frágiles con aun más frágiles economías y sistemas de salud y ha puesto de relieve la resiliencia de colectivos sociales y la increíble capacidad de los sanitarios que se ocupan sobre el terreno y que no son –en su mayoría– occidentales y blancos, sino africanos y negros.

5) La descolonización de la mirada de los medios occidentales sobre África debe partir de la colaboración entre informadores de ambos mundos y de la formación y los viajes para conseguir una mejor especialización del profesional, una buena red de contactos, una información más completa. Es necesario viajar al continente africano, leer a sus autores, intercambiar opiniones con colegas africanos.

6) Parece utópico en momentos de crisis como estos que viven los medios de comunicación, pero el mejor tratamiento siempre proviene de los periodistas que han optado por la especialización. Durante años se ha afirmado que el periodista es alguien que sabe un poco de todo, pero es necesario romper con ese tópico y crear conciencia de que en la especialización está la excelencia. Las universidades españolas necesitan más contenidos africanos, más relevancia de África en las asignaturas en las que África puede y debe estar incluida, más programas de intercambio con universidades africanas y más sensibilidad con los temas africanos: que sea posible y valorado un análisis tan profundo y riguroso de lo que pasa en Botsuana como de lo que pasa en Portugal. Citando de nuevo a la crisis, a la necesaria especialización hay que sumarle el concepto de versatilidad.

7) El ejercicio de análisis y debate que se crea en grupos como #Comunicambio también es esencial. El ‘roce’ constante entre expertos, oenegés, asociaciones, activistas y periodistas africanos y españoles ayudará,

[22] *Si hablas de nosotros*, Casa África, 2011.

forzosamente, a otorgar una nueva dimensión a la información que se hace sobre el continente africano, a ajustarla más a sus realidades.

Es cierto que hoy todavía se repiten situaciones y quejas que se hicieron patentes hace casi tres años en la presentación de *Si hablas de nosotros*. Pero también es oportuna una cierta esperanza, vista la evolución del panorama mediático español. Los futuros profesionales del periodismo no tienen miedo en especializarse en África y están dispuestos a cuestionar la foto fija del conflicto, la pobreza o la hambruna sustentada en clichés y malentendidos. También ven a los africanos como sujetos activos, pensantes y con capacidad de análisis, como los auténticos expertos en África. Y esa visión implica trabajo conjunto, horizontalidad y relaciones de igual a igual y la formación de redes de información y colaboración que ayuden a que se pueda comprender mejor lo que pasa en ese África que no existe, igual que no existe una Europa uniforme ni única.

Este proceso cristalizará, en el futuro, en que la información fluya de manera más libre y justa y, sobre todo, se genere en África para la propia África y sus ciudadanos, Occidente y todo el planeta.