

¿ Estamos todos ?

La otra cara de Internet y la mundialización a través de África y sus periódicos electrónicos

**Artículo Resumen**

**Por Simón Peña**

Profesor asociado del Departamento de Periodismo II Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación Universidad del País Vasco–Euskal Herriko Unibertsitatea.

*Resumen: El periodismo electrónico constituye un fenómeno imparable, resultado de una espectacular progresión en un periodo muy corto de tiempo. A ello han contribuido, sin duda, la facilidad y la versatilidad con la que pueden adaptarse los contenidos informativos a la Red y su rápida progresión en el mundo desarrollado. Este rápido florecimiento de la era digital supuso un nuevo entusiasmo por la unión de todo el planeta en un mismo sistema de comunicación en el que cada individuo pudiera tener conocimiento de lo que ocurría en cualquier otro lugar del planeta. Esta utopía digital, sin embargo, muestra grandes lagunas en los países menos desarrollados que, al igual que en otros campos, han visto muy limitado su desarrollo en el campo del periodismo electrónico. Este estudio trata de dar a conocer una parte de esa realidad a través del estudio de los periódicos electrónicos africanos, 70 en total, tarea para la que se envió un cuestionario a sus editores. Con las respuestas obtenidas, casi 40, trata de realizarse aquí un breve esbozo de esa situación.*

*Abstract: On-line journalism is an unstoppable phenomenon and a result of a spectacular progression that has happened in a very short period of time. The information items being very easy and versatile to adapt to the Net and the fast progress in the developed world have contributed to this. The rapid flourishing of the digital era brought a new enthusiasm to connect the whole planet to the same communication system in which each individual could know what was going on somewhere else in the planet. However, in less developed countries this digital utopia shows big gaps in this area, as well as in other areas, and therefore on-line journalism has been very limited. The aim of this report is to try to show part of this reality through a study of on-line African newspapers, 70 in total. To carry on this research, a questionnaire was sent to the editors and a short draft of the situation has been made with the answers they sent back.*

## 1. Introducción

Una de las principales ventajas para la difusión mundial e inmediata de los contenidos a través del periodismo electrónico ha sido, sin duda, la posibilidad que ofrece Internet como red telemática de enviar cualquier tipo de mensaje y/o contenido desde un extremo a otro del planeta en apenas unos segundos. Descargar un fichero, un programa o la última actualización de software desde un servidor FTP situado en Estados Unidos, Singapur o Australia no supone en la actualidad ningún problema para un usuario habitual de la red. Si al acceso internacional a las fuentes de datos sumamos la proliferación de los contenidos específicamente pensados, desarrollados y destinados a una audiencia mundial, podríamos concluir que la globalización informativa es ya un hecho. Los datos así parecen corroborarlo. A las indudables ventajas en el coste, la fiabilidad, y la seguridad, su flexibilidad y variedad de servicios superan a otros medios de transmisión de datos, tales como el teléfono, el fax o el correo. Con todo ello, el producto informativo editado en Internet puede sumar, al menos en teoría, atractivos tales como la distribución inmediata al consumidor, la integración

multimedia de los recursos comunicativos y la interactividad, por lo que cada vez más medios y más elaborados pueden consultarse en las catorce pulgadas de nuestro monitor.

Sin embargo, una observación más pausada de la realidad y una lectura detenida de los datos de los que disponemos pueden ofrecer perspectivas diferentes ¿Se trata de una mundialización real o podría considerarse que en grandes áreas del planeta es puramente testimonial? ¿Cuál será su efecto en los países menos desarrollados? Estados Unidos constituye, sin duda, el punto de referencia en el desarrollo de Internet, pero la permanente mirada hacia la locomotora de los nuevos medios no debe obviar la necesidad de volver la vista hacia los efectos de esos tirones en los vagones de cola. Por ello, resulta interesante observar el desarrollo de Internet y el periodismo electrónico en África, el polo opuesto en el desarrollo de las llamadas autopistas de la información.

## 2. Un continente con tantos internautas como Finlandia

Las ventajas e innumerables oportunidades que brinda la conexión de todos los puntos del planeta a través de redes de comunicaciones, tanto terrestres como vía satélite, han sido ampliamente ensalzadas y, al menos en sus aplicaciones teóricas, analizadas. En la 15ª conferencia de la U.I.T., celebrada en Minnesota en octubre de 1998, el vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, uno de los responsables de la popularización del término "autopistas de la información", enumeraba las principales beneficios que redundarán del nuevo medio: "For all the stunning capabilities of the Global Information Infrastructure, we must remember that at its heart it is a way to deepen and extend our oldest, and most cherished global values: rising standards of living and literacy, an ever-widening circle of democracy, freedom and individual empowerment (...) As each breathtaking new development brings us closer together in communication, and in common cause -building a true global electronic village- we have chance to spread a new prosperity, a new literacy, a new love of freedom and democracy -and even a new sense of community to the farthest regions of the world".

Pese a ello, al menos de momento, el acceso a estas redes de comunicaciones está distribuido de una manera muy dispar que impide que el enorme desarrollo que experimenta en Estados Unidos y, en menor medida, Europa, donde se ha incorporado con fuerza a la vida cotidiana, pueda equipararse con su implantación en todos los demás países. Raúl Trejo es uno de los autores que alerta sobre esta situación: "La superautopista informativa no transporta a todos, sino sólo a las élites académicas, sociales y/o políticas con capacidad para transitar por ella. Desde luego, la disparidad que existe en nuestro mundo se reproduce en ella (...). En tal sentido, es posible decir que la información así recibida es uno de los criterios que desde ahora diferencia a los ricos y a los pobres. Las carencias de estos últimos son tantas y tan abrumadoras, que es difícil admitir, en cambio, que el acceso a la información sea el bien esencial. Hay otros recursos que los países pobres quisieran tener, antes que la conexión a Internet" (Trejo, 1996: 32)

No parece que las libertades individuales y el progreso económico y social, en su conjunto, puedan derivarse de una mundialización de la comunicación que dista aún mucho de ser efectiva. Más aún, ese destino ideal en el progreso de la humanidad al que deberían conducir las nuevas tecnologías no se ha derivado de la utilización de esas tecnologías sino, más bien al contrario, constituye una de las causas que las han posibilitado. No ha sido el desarrollo de las telecomunicaciones el que ha permitido un estado del bienestar en el mundo occidental, sino que éstas han sido el fruto de una sociedad post-industrial volcada en la información. Parece, por tanto, que la difusión de las nuevas tecnologías, en la actualidad, sirve más

para transmitir a los países en vías de desarrollo la existencia de sociedades más avanzadas que para transformarlos en tales sociedades. Resulta, al menos, paradójico que en la consecución de estos objetivos se apele a un instrumento para crear unas condiciones sin las cuales dicho instrumento nunca se hubiera generado. Mencionaba Al Gore, como ideal de progreso de las telecomunicaciones, "just think if every farmer in Africa could tap into a local weather channel that provides them with the information they need to plant and rotate their crops". Parece difícil, sin embargo, que los problemas de desnutrición o de distribución de las riquezas puedan solucionarse sólo con el conocimiento de las predicciones meteorológicas o con el simple acceso a la información. El problema real de estas naciones radica en la carencia de medios para cubrir muchas necesidades básicas entre las cuales la informativa es sólo una más y su llegada, sin duda, se producirá junto con el progreso conjunto en todas las demás facetas. El instrumento del que disponemos es muy potente, sin duda, pero no será suficiente para terminar con todos los problemas a los que nos enfrentamos: "Anteayer, los profetas del progreso tecnológico pronosticaban que el ferrocarril pondría fin a las guerras y a la lucha de clases; ayer mismo, ese papel se le atribuía al teléfono; hoy en día, Internet ha sustituido a esos cultos moribundos" (Gresh, 1998: 204).

Consideraciones teóricas al margen, incluso la mundialización de las comunicaciones a través de las redes –con Internet como paradigma- dista de ser una realidad efectiva. Resulta igual de sencillo conectarse a la Biblioteca del Congreso en Washington que ver las últimas fotografías tomadas por la NASA, pero no tenemos que profundizar mucho en los datos disponibles para vislumbrar el abismo tecnológico que se abre entre la saturación de proveedores y de las comunicaciones del mundo desarrollado, y las testimoniales cifras de internautas y ordenadores conectados en el resto de los países. Como en muchas otras ocasiones, el salto más vertiginoso se produce con respecto al continente africano, en el que la implantación de las llamadas nuevas tecnologías no es, ni mucho menos, lejanamente comparable al fenómeno cuya explosión estamos viviendo en nuestro entorno. Entre los muchos datos que pueden aportarse sobre las desigualdades en el desarrollo de las autopistas de la información en el mundo hay algunos que pueden resultar más ilustrativos. Uno de los más significativos puede ser la presencia entre los 780 millones de habitantes de Africa de tantos internautas como los que hay sólo en Finlandia o la mitad de los existentes en España, si se prefiere. Pero también podemos ir más lejos. Si exceptuamos a Sudáfrica, país que por sus cotas de desarrollo constituye un caso particular dentro de la situación global del continente, vemos que la suma de las personas conectadas a Internet en los restantes 51 países africanos es menor que los que podemos encontrar en Madrid o Barcelona. Pero también hay quienes gracias al convencimiento de las bondades inherentes al medio digital no permiten que los datos se antepongan a su natural optimismo: "En la actualidad, cuando el 20% del mundo consume el 80% de sus recursos, cuando una cuarta parte de nosotros tiene un nivel de vida aceptable y tres cuartas partes no lo tienen, ¿qué se puede hacer para unificar el planeta? Mientras los políticos tienen que cargar con la historia, emerge en el paisaje digital una nueva generación liberada de muchos de los viejos prejuicios. Estos niños "digitales" están libres de limitaciones tales como la situación geográfica como condición para la amistad, la colaboración, el juego o la comunidad. La tecnología digital puede ser una fuerza natural que propicie un mundo mucho más armónico" (Negroponte, 1995: 272)

El optimismo de Nicholas Negroponte, gurú del mundo digital y fundador del Media Lab del Massachusetts Institute of Technology no se limita a las cuestiones teóricas, sino que se extiende también a cuestiones de carácter práctico, como el comercio electrónico. En la Exposición de Comercio en Internet celebrada en Boston en marzo de 1999, Negroponte auguraba un buen futuro para el comercio electrónico en el tercer mundo: "The developing world will embrace technology in much bigger

numbers than is now expected, because it is more desperate for solutions". Una de las principales razones para la adopción de la tecnología en el tercer mundo sería la necesidad de soluciones radicales para cambiar las infraestructuras ineficaces de distribución, educación y telecomunicaciones que en la actualidad dificultan el comercio en esta región: "In much of the developing world, even citizens of some financial means have little choice of what to buy and few ways to pay for it – right now. But as online payment systems improve, and as the big package shipping companies recognize the market potential that exists in the developing world, an e-commerce boom will follow, bringing goods from around the globe to places such as Africa in unprecedented numbers". Planteamientos de este tipo, muy atrevidos, parecen chocar frontalmente con la situación económica actual del continente.

Otros augurios sobre Internet y su implantación en África son más realistas. Tanya Accone, editora de la edición en línea del sudafricano Sunday Times consideraba en el Freedom Forum en noviembre de 1998 que Internet permitiría a Africa saltar barreras y reducir el salto informativo que la separa de Occidente si se superaban los obstáculos que pueden convertirla en el instrumento para una pequeña elite. Los problemas a los que Accone hacía referencia no eran otros que la elevada tasa de analfabetismo que sufren muchos de los países, la gran carestía de las llamadas telefónicas y la pobre infraestructura tecnológica e informática con la que cuentan estos estados. La solución para ellos no es fácil en ningún caso, pese a los innumerables programas de desarrollo puestos en marcha por los organismos internacionales, y el déficit de infraestructural básico se presenta como el principal problema para el desarrollo de Internet.

No podemos obviar al tratar estas cifras que el mero hecho de cotejar estos datos constituye una crueldad comparativa para la situación de Africa. Aun si planteáramos la necesidad de desarrollo de las infraestructuras de la comunicación como la base de la lucha por el acceso a la información, considerada como uno de los bienes fundamentales de la persona, no podemos obviar que, aún hoy, el reto de gran parte de la población no es la búsqueda de información, sino la de agua y comida. La situación política, económica y religiosa de muchos de estos países es, además, convulsa, lo que no facilita en modo alguno el desarrollo no ya sólo de las infraestructuras informativas, sino de las más básicas. Ante este panorama en el que el mundo occidental emprende la carrera tecnológica mientras los países en vías de desarrollo luchan aún por la supervivencia, podremos llegar a pensar que la llamada globalización o mundialización de la información sólo ahondará en las desigualdades ya existentes. Este peligro, señalado por muchos autores, parece una de las principales luchas que van a mantenerse en el futuro desarrollo de la red. "Sólo seremos verdaderamente eficientes si somos capaces de utilizar las nuevas tecnologías no para implantar la ideología dominante, sino para animar a su contestación; no para ratificar egocéntricamente nuestro concepto de la vida y de las cosas, sino para cuestionarnos por la viabilidad de un planeta que, en nombre del progreso, es capaz de aumentar casi sin límites las diferencias económicas, culturales y sociales de quienes lo habitan. Internet puede prestar, desde el punto de vista cultural y político, un formidable servicio a esta causa, o puede ser su verdugo en nombre del pensamiento único y universal" (Cebrián, 1998: 164).

Sin duda, hecha esta breve exposición podrían plantearse grandes preguntas sobre la extensión del fenómeno de Internet más allá del mundo occidental, pero este ambicioso objetivo no es el que pretende desarrollar este artículo. Al contrario, lo que tratamos aquí es de analizar una pequeña parte de ese flujo mundial de información que se efectúa a través de la Red para comprobar su extensión real en una de las caras menos favorecidas por el fenómeno, sin dejarnos deslumbrar por los grandes logros. La consideración del análisis de los periódicos electrónicos africanos, por tanto, trata de escarbar sobre el desarrollo del nuestro ámbito de interés en el polo opuesto al flamante desarrollo de los contenidos interactivos,

multimedia y en tiempo real a los que podemos tener acceso en el denominado mundo desarrollado.

### 3. Consideraciones sobre el periodismo electrónico en Africa

Para este estudio hemos tomado como referencia las publicaciones editadas con una periodicidad entre diaria y semanal, lo que engloba, en su mayor parte, a diarios o resúmenes semanales de prensa. En términos cuantitativos, la cifra de setenta periódicos electrónicos en medio centenar de países es baja, dado que muchos países, además, carecen de una sola publicación de este tipo. El país más avanzado en este sector, como en tantos otros dentro de la región, es Sudáfrica, con 16 periódicos electrónicos, seguido a gran distancia por Nigeria, con seis publicaciones. Sin embargo, 24 países no cuentan con un solo periódico digital, lo que deja bien claro el desarrollo de este medio en gran parte del continente. Pese a ello, si relacionamos el número de publicaciones existentes con el número de personas con acceso a Internet, una cada 150.000 internautas, aproximadamente, la proporción es similar a la de cualquier país europeo. Por ello, no creemos que deba hablarse de un desarrollo limitado del periodismo electrónico en la región, dado que su desarrollo es proporcionado a la población lectora, sino que debemos considerar más bien de las repercusiones del subdesarrollo en múltiples áreas tales como la economía, la educación y el desarrollo tecnológico.

Algunas de las dificultades para el desarrollo del periodismo electrónico en Africa son comunes a las los demás medios de comunicación. Una de las principales, sin duda, es la idiomática. La independencia de los nuevos estados africanos, constituidos en su mayoría a principios de los años 60 como herederos de las antiguas colonias, supuso la consagración de un mapa político que debía mucho más a la antigua distribución de las provincias de los imperios que a una homogeneidad cultural o idiomática. Las grandes comunidades idiomáticas (hausa, swahili, fulbe) se encuentran fragmentadas en varios estados, mientras que esos mismo países engloban, en ocasiones, decenas y hasta cientos de idiomas y dialectos diferentes. La comunicación entre los habitantes de un mismo país, por tanto, es sólo posible en ocasiones a través de la antigua lengua colonial, convertida en la actualidad en el único idioma común. Y, precisamente, uno de los rasgos que caracteriza la globalización de la información es la utilización de un idioma común. El inglés, como es sabido, es el idioma de mayor desarrollo en la red, alcanzando prácticamente al 90% de los contenidos disponibles. Este dominio es lógico, por otra parte, por un doble motivo. Por un lado, los países anglosajones aglutinan en la actualidad al 60% de los usuarios mundiales de la Red seguidos, por comunidades idiomáticas, por los japoneses 9%, y alemanes 6%. Por otro lado, ésta lengua constituye en la actualidad el segundo idioma de gran parte de la población mundial, lo que explica que su utilización en la práctica totalidad de las páginas web o la existencia de versiones en este idioma en muchos de los servicios.

Salvo en el caso de los países mediterráneos, unidos por la cultura árabe, el francés o el inglés son la única garantía de comunicación en gran parte del continente. La enorme atomización lingüística y los escasos recursos de los que disponen por el momento hacen impensable que la demanda informativa en otras lenguas pueda incrementar a medio plazo. Este es el motivo por el cual la mayoría de los periódicos electrónicos acuden a estos idiomas para difundir sus contenidos. Además, las lenguas coloniales sirven también para facilitar el acceso desde el extranjero, que supone una proporción significativa de los lectores de estos diarios. Sólo siete de los periódicos analizados utilizan un idioma diferente que el inglés o francés y entre ellos, cinco son diarios sudafricanos que se publican en afrikaans; el diario egipcio Al-Ahram ([www.ahram.org.eg](http://www.ahram.org.eg)), editado íntegramente en línea en árabe, aunque cuenta con una edición especial semanal en inglés, y Ethiopian News Headlines (<http://www.ethiozena.net/>), difundido en amhárico desde Addis Abeba,

constituyen las excepciones. Todas las demás publicaciones aquí analizadas, que suman el 90% del total, utilizan bien el inglés (44 periódicos) o bien el francés (19 periódicos) para difundir sus contenidos. La difusión de informaciones en idiomas propios tampoco resulta fácil en un entorno tan estandarizado, dado que deben adaptar el sistema de codificación al alfabeto correspondiente. Por tanto, desde el extranjero el acceso sólo es posible tras haber descargado previamente las fuentes que nos permitan visualizar correctamente estas páginas.

Otro de los problemas más habituales para el periodismo africano ha sido el control estatal de los medios de comunicación, que han ejercido un control férreo de las publicaciones y emisoras. El escaso número de medios de comunicación ha facilitado la tarea, ya que las televisiones y las radios se encuentran, normalmente, bajo un control estatal directo, mientras que el reducido número de diarios, editados en la capital en su mayoría, tampoco han podido escapar al control y censura gubernamental. Este es uno de los pocos puntos en los que puede afirmarse que Internet ha aportado algo al periodismo africano, ya que su naturaleza internacional y su facilidad de uso provocan que haya informaciones que puedan sustraerse al control de los respectivos gobiernos. Así, los servidores que contienen las páginas web de los diarios no necesitan ubicarse físicamente en el país en el que se edita el diario y el control de los contenidos difundidos a través de la red es muy difícil, por lo que algunos diarios como, por ejemplo, The Middle East Times ([www.metimes.com](http://www.metimes.com)), aprovechan para publicar en línea los contenidos que están vetados para la edición impresa. Esta práctica, sin embargo, no siempre es posible, dado que la mayoría de las veces prevalecen los criterios de la edición impresa, que constituye el referente de la electrónica.

A estas indudables limitaciones idiomáticas y de libertad de expresión, comunes del periodismo electrónico con todos los demás aspectos del ejercicio de la actividad informativa en el continente, las carencias infraestructurales y tecnológicas toman voz propia en el caso de los medios digitales. Internet, pese a que pudiera parecer lo contrario, se extendió con relativa amplitud en el continente africano desde sus inicios. Ya en el año 1994, fecha en la que se empezó a producir en España el boom en la utilización de Internet, existían en África 17 redes nacionales o regionales que utilizaban la plataforma Fidonet, principalmente por su sencillez y bajo coste, además de su facilidad de uso, que permitía incluso la utilización de líneas telefónicas de baja calidad. Además, su progresión ha ido en aumento a un ritmo proporcionalmente mayor al de resto de los países, explicable por contar con un punto de partida mucho más modesto. A finales de 1996 sólo once países contaban con acceso local a Internet, mientras que al año 2000 sólo la República del Congo y Eritrea carecen de él.

Los periódicos africanos han seguido, como es lógico, una trayectoria paralela a la implantación de la Red. El primero en dar el salto del papel a los bits fue el Business Times sudáfricano en el año 1995. El comienzo de la implantación generalizada comenzó al año siguiente: el 22% de los diarios existentes en la actualidad comenzaron su edición en la red en 1996, mientras que el 42% lo hizo en 1997 y el 32% en 1998. Como podemos ver, los periódicos africanos acumulan ya una experiencia notable en la comunicación de informaciones a través de la Internet y su desarrollo es tan sólo un par de años posterior a la generalización de la prensa electrónica en Europa. El innegable crecimiento de la Red en África y la relativa equiparación en la fecha de la puesta en marcha de los periódicos no debe ocultar, sin embargo, el precario estado de las telecomunicaciones en este territorio. Pese a esta relativa extensión, no podemos considerar que la infraestructura sea buena ni que se haya desarrollado de manera paralela a la que lo ha hecho en el mundo desarrollado. La mayoría de los países todavía sólo dispone de conexión local en las capitales y pese a que el número de servidores en el resto de las ciudades esté aumentando poco a poco, las conexiones desde la

mayor parte de las áreas geográficas se ven limitadas por las elevadas tarifas telefónicas de conexión a los nodos. Un claro exponente de este problema lo constituye Somalia, país tristemente celebre por la guerra civil, que se incorporó a la aldea global en septiembre de 1999 con la puesta en marcha de su primer proveedor de servicios por Internet. La compañía promotora, Olympic Computers, estimaba que su mercado ascendería a sólo cien clientes, por lo que sus tarifas de conexión se disparaban: la cuota de inscripción era de 120 dólares, mientras que una simple hora de conexión a la red ascendía a la escalofriante cifra de 45 dólares. La renta per cápita de Somalia explica el resto: asciende a sólo 150 dólares.

La labor de los periódicos electrónicos se ve enormemente limitada por una infraestructura muy limitada que, por un lado, encarece enormemente el uso y la instalación de nuevas redes y, por otro, limita considerablemente su audiencia en el mercado local. Aun si obviamos el analfabetismo de gran parte de la población, los datos hablan por sí solos: El número de ordenadores conectados a Internet en todo África equivale a los que podemos encontrar en Letonia. Si tomamos como referencia la implantación de la red el número de servidores adscritos a cada dominio podemos observar que de los más de 43 millones de servidores existentes en el mundo, poco más de 155.000 corresponden a países africanos o, lo que es lo mismo, un 0,36% del total. Más aún, el 94% de estos servidores corresponde a un solo país, Sudáfrica, por lo que es no cabe calificarse más que de puramente testimonial la implantación de las autopistas de la información en el resto del continente.

#### 4. Características de los periódicos electrónicos africanos

Como es lógico, entre las razones que esgrimen los responsables de las ediciones en línea de los diarios africanos para justificar el salto de sus publicaciones a las autopistas de la información, el incremento de la audiencia local no es el más relevante. Resulta difícil dirigirse a un público, pese a su cercanía geográfica, si el distanciamiento no es sólo tecnológico, sino también social y económico. Gran parte de la población carece de los recursos y servicios básicos, incluida la educación (con tasas de analfabetismo escalofriantes aún hoy en algunos países), la falta de alimentos o electricidad. El coste de las conexiones es muy elevado y sólo se puede realizar con coste de llamada local en las capitales de los países. El idioma en el que se editan estos diarios, inglés o francés, facilita su comprensión entre las diferentes comunidades lingüísticas, pero no están plenamente difundidos en toda la población. Todos estos datos elaboran un perfil de un internauta tipo en África que precisa una formación académica, dispone de ingresos económicos superiores a la media y reside en la capital o en una ciudad importante.

Curiosamente, este retrato robot se corresponde con el del internauta medio en el resto de los países, aunque, claro está, hay una diferencia sustancial: En África, sólo un 5% de la población se ajusta a ese perfil. De los 179 millones de usuarios de Internet sólo 1.140.000 son africanos (un 0,6%), apenas sólo un tercio de los que hay en España. Pero los datos, fríos en sí mismos, pueden resultar aún más sangrantes. Si a esa cifra de usuarios africanos le restamos los residentes en Sudáfrica, país que constituye una excepción dentro del continente con sus 900.000 internautas, veremos que sólo hay 240.000 personas conectadas a Internet entre los 734 millones de habitantes que tiene el resto del continente.

La labor periodística, por tanto, se ve enormemente condicionada por estos factores. Internet es un medio en el que las empresas editoras pueden comenzar a trabajar, dado que la creación de un servicio informativo y su difusión pública a través de la red son sencillas y asequibles para cualquier empresa y, en la mayor parte de los casos, el mayor de los costes, es decir, la elaboración de contenidos

por parte de una redacción, ya está asumida por la edición impresa. Por este motivo, los periódicos africanos, como los de casi cualquier rincón del planeta, se han lanzado a la red de redes. Incluso los motivos por los cuales dan este salto pueden coincidir con el de otras publicaciones. El aumento de la audiencia de la población local es citado por sólo el 18% de los editores, dado el escasísimo número de internautas existente en cada país. Sí que existe, sin embargo, la voluntad de satisfacer una demanda informativa, dado que 36% de los editores justifica el salto a Internet por el deseo de proporcionar información local y nacional a los emigrantes de sus respectivos países que se han desplazado hasta Estados Unidos y Europa, principalmente. El flujo migratorio es el factor predominante en estos casos; los periódicos sudafricanos, por poner un ejemplo, cuentan con un importante número de visitas desde Nueva Zelanda y Australia, dado el considerable número de emigrantes sudafricanos que se ha desplazado hasta esos países. Estos son los dos principales factores por los que nos encontramos ante una demanda informativa atípica en el mercado informativo en línea. La demanda de informativa no procede de la población local, que en su mayoría no tiene acceso a la edición en línea, sino del extranjero, desde donde la diáspora efectúa un número de conexiones más elevado. Todo esto provoca que, por término medio, sólo un tercio de las conexiones proceda del país de origen, mientras que la dos tercios provienen del exterior.

La demanda informativa local, por tanto, no explica el incipiente desarrollo de la prensa electrónica africana, sino más bien una demanda existente en el mundo desarrollado. El motivo principal, junto a éste, para la puesta en marcha de las ediciones digitales de los diarios es algo más abstracto. El 36% de los editores aduce que la puesta en marcha de su periódico electrónico se debe a la necesidad de estar en Internet y de sumarse al nuevo medio, motivo que se complementa bien con la consideración añadida de que resulta barato hacerlo (14%). Bien pudiéramos pensar que esta necesidad tampoco surge de la propia realidad en la que viven, sino del entorno comunicativo mundial, por lo que podemos concluir que las dos principales razones dadas para la puesta en marcha del periodismo electrónico en África poco tienen que ver con las necesidades informativas propias y sí con la influencia de los países desarrollados.

A corto plazo, parece difícil que estas publicaciones puedan sostenerse económicamente con un mercado local tan limitado. La rentabilidad potencial de los negocios en la Red parece enorme, pero las multimillonarias compras y fusiones de empresas no deben ocultar que la mayoría de los proveedores de contenidos, incluso los nombres más conocidos, son todavía deficitarios. En África, las economías poco desarrolladas y la falta de poder adquisitivo no hacen pensar que pueda fluir hasta las publicaciones electrónicas los ingresos publicitarios necesarios para hacerlas, al menos, autosuficientes. El incremento del mercado publicitario es la razón por la que el 12% de las publicaciones optaron por salir a Internet, pero los más realistas consideran que sólo será posible a medio y largo plazo. Desde luego, las modestas cifras de audiencia de los diarios tampoco ofrecen datos esperanzadores de que la situación vaya a cambiar a corto plazo. El 65% de los periódicos electrónicos recibe menos de 5000 impactos diarios, y sólo el 23% supera los 20.000. Las cifras, además, resultan terriblemente dispares, por lo que no es fácil contrastar su fiabilidad. Oscilaciones al margen, la desproporción está clara. En España, El País, recibe diariamente una media de 80.000 visitas (febrero de 2000)<sup>1</sup>.

Ante este panorama, resulta lógico que el impulso dado a los periódicos electrónicos en África se limite, en la mayoría de las ocasiones, a mantener la presencia y la representación en la Red. El principal modo en el que se han desarrollado estos diarios electrónicos explica, por otra parte, este comportamiento. El 83% de estas ediciones digitales proviene de un diario editado



sobre papel, mientras que sólo un 17% ha nacido exclusivamente para el medio en línea. Al no resultar posible el sostenimiento económico de estas versiones, la mayoría de las cabeceras se decanta por una presencia testimonial basada en los contenidos de la edición escrita y desarrollada por un número mínimo de personas. Así, el 68% de los periódicos africanos tiene sólo a 1 ó 2 personas trabajando en la edición electrónica del diario, mientras que el 9% tiene de 3 a 5 trabajadores y el 23% 6 o más. El trabajo, por tanto, se limita en la mayoría de las ocasiones a volcar los contenidos en la edición en línea, por lo que el trabajo de sus editores se centra, por falta de personal, de tiempo y de medios, en la elección de los contenidos que aparecerán en la Red. Todo ello provoca que sólo un tercio de los diarios africanos añada algo sobre los contenidos que ya ofrece en la versión impresa, mientras que la mayoría opta por un volcado de la información. Este volcado, bien sea por no mermar la difusión de la edición impresa, motor económico de la cabecera, o bien por la imposibilidad de enriquecerlo con los medios humanos de los que disponen, nunca llega a ser completa, sino que se publica tan sólo parte de la misma, con un porcentaje bastante variable que oscila entre el 30% y el 80%. La práctica inexistencia de redacciones propias para esta edición imposibilita que puedan ofrecerse nuevos contenidos o la inclusión de mayores dosis de interactividad y elaboración, por lo que no hay apenas diferencias entre ambas versiones de los diarios. La presencia en la red es valorada como algo importante pero, desde luego, parece muy lejano el momento en el que las empresas editoras vayan a realizar una inversión en la misma, al contrario de lo que ocurre en otros lugares del planeta.

Pese a todo, podemos destacar la presencia de medios exclusivamente digitales, que luchan por la subsistencia en el mercado en línea. La empresa Independent News & Media, editora de 14 periódicos en Sudáfrica, realiza, por ejemplo, una selección de los artículos publicados en sus cabeceras y las completa con informaciones de Reuters y Sapa, produciendo así Independent Online ([www.inc.co.za](http://www.inc.co.za)). Un caso similar de servicio independiente lo constituye WOZA ([www.woza.co.za](http://www.woza.co.za)), también en Sudáfrica que, al igual que la publicación anterior, cuenta con una redacción amplia, de casi 20 personas, para elaborar un producto diferenciado. Sin embargo, estos proyectos, más ambiciosos, contrastan con otras intentos más modestos que pretenden aprovechar las facilidades para la publicación de periódicos que ofrece la red. Muchas iniciativas personales han provocado la aparición de publicaciones, efímeras las más, mientras que otros han conseguido mantener una periodicidad y prolongar su presencia en el tiempo. Este es el caso, por ejemplo, de New Business Age ([www.newbizage.com](http://www.newbizage.com)), cuyo editor y único redactor emprendió en enero de 1998 la aventura de poner en marcha en solitario un servicio informativo sobre el este de África, tarea para la cual aprovecha las facilidades que este medio ofrece: "We decided to go online because the Internet is the cheapest and fastest way to get information out to East Africans within the region and abroad".

De todos modos, entre las publicaciones periódicas africanas, la estabilidad no es la nota dominante. Pueden encontrarse todavía en la red intentos fallidos de periódicos electrónicos, como los de un estudiante de Sierra Leona residente en los Estados Unidos o las Noticias de Moçambique, único diario electrónico de este país cuya experiencia en la red puede resultar clarificadora. Su distribución se hace, por el momento, por correo electrónico a 800 suscriptores, el 80% de los cuales vive en Europa y Estados Unidos, y su contenido consiste en 10 páginas en formato PDF. El empeño de un lector permitió a este periódico contar con una página web alojada en el servidor gratuito Geocities, aunque el proceso tan sólo se prolongó durante dos números. Finalizada su aventura en la World Wide Web, sus objetivos inmediatos consisten en la impresión sobre papel del diario y su distribución a los lugares más remotos del país, con siete páginas comunes y tres especializadas en los contenidos locales. La tirada estimada para la primera zona de difusión estaba

estimada en 150 ejemplares. Su editor resume esta atípica trayectoria en una frase: "This is Africa, where development goes the otherway round".

## 5. El futuro

Al hablar de mundialización de la información, por tanto, vemos que el desarrollo, en efecto, puede alcanzar a todos los países, pero el grado de profundidad en el que lo hace es superficial y engloba a una pequeña minoría. Al hablar de integración mundial, al menos si queremos hacerlo en términos realistas, debemos pensar si con ese término queremos abarcar sólo a la elite de cada país, dejando al margen de esa aldea global a una población en gran parte analfabeta que probablemente nunca haya realizado una llamada telefónica ni haya visto un ordenador, ni que tenga entre sus principales preocupaciones saber si debe pasarse a Linux o si tardará mucho en llegar la tarifa plana.

El acceso a Internet en los países africanos es, por término medio, cuatro veces más caro que en el mundo desarrollado, mientras que su renta per cápita esta sólo una décima parte. La infraestructura disponible es, todavía, muy escasa, y el coste que su implantación generalizada en ningún caso se correspondería con la demanda existente. Si en el mundo desarrollado este mercado se ha caracterizado por grandes fusiones y compras multimillonarias de empresas deficitarias con el único objetivo de ocupar el mayor segmento posible de mercado, en África nos encontramos ante un artículo de lujo para una población en la que muy pocos pueden permitírselos. Resulta difícil prever a corto o medio plazo la creación de una red propia y mucho menos de una infraestructura capaz de generar contenidos propios con los que nutirla, por lo que parece que la dependencia de los contenidos y tecnología occidentales seguirá aumentando a medida que se vaya produciendo un desarrollo. ¿Cuál será el punto en el que nos encontraremos nosotros cuando África alcance nuestras actuales cotas de desarrollo?

Los problemas para el desarrollo, como ha podido deducirse de todo anterior, no son simplemente tecnológicos, ni tan siquiera en su mayor parte. No puede decirse que nos encontremos ante un desarrollo limitado de la prensa electrónica sino que, sencillamente, ésta se ajusta a la potencial población lectora en la misma proporción que en cualquier otro punto del planeta. Los principales impedimentos para que este continente alcance en la cibercomunidad una representación más acorde con su potencial humano, no son tanto periodísticos como de desarrollo, entre los cuales el afianzamiento de la libertad de expresión, la liberalización de las telecomunicaciones y el progreso económico sostenido son algunos de los más destacables. El desarrollo de estos factores de básicos, y no la posibilidad nominal que ofrece una tecnología que entre nosotros provoca el entusiasmo será el que nos pueda llevar a una comunicación en igualdad de condiciones con el resto de los lugares del planeta. Guy Berger, responsable del programa de periodismo de la Universidad de Rhodes (Sudáfrica) opinaba en el Congreso del Freedom Forum de 1998 celebrado en Johannesburgo que el futuro de los medios de comunicación en el continente dependerá menos de la tecnología, que de la economía y política del continente: "Let's not think this technology is a magic solution that's going to bring everything, including democracy".

La necesidad de superar el abismo que separa a Africa de Occidente en lo que a Internet se refiere ha producido, sin embargo, unos primeros movimientos en estos países. Ya en 1996, la Conferencia de ministros africanos de planificación social y económica pidió a la Comisión de las Naciones Unidas para Africa el establecimiento de un Grupo de Trabajo de alto nivel para establecer el camino de Africa hacia las autopistas de la información. Un grupo de expertos desarrolló un documento de trabajo denominado African Information Society Initiative que fue adoptado por

todos los gobiernos. En este documento, se propone la creación de infraestructuras nacionales de información y comunicaciones dentro de las prioridades de desarrollo nacionales, y se alienta la cooperación y el intercambio de experiencias entre los países.

La voluntad de desarrollo y las iniciativas puestas en marcha, sin embargo, no debe alejar nuestra atención de la situación actual, muy alejada de lo que en muchos lugares se considera como estándar. El desarrollo no alcanzará cotas destacables hasta dentro mucho tiempo, no tanto por el acceso de los países africanos a la tecnología, que ya en la actualidad está disponible, sino por el grado de penetración de estas tecnologías en la mayoría de la población. En la actualidad, tal y como apunta Manuel Castells, África está excluida de la revolución de la tecnología de la información, factor decisivo para generar y acceder a la riqueza. La escasez de electricidad, líneas telefónicas y anchura de banda de las redes de telecomunicaciones, unidas a unos equipos informáticos, en muchos casos, obsoletos y la carencia de personas formadas en la utilización de estas nuevas tecnologías conduce a un futuro plagado de obstáculos para el desarrollo del periodismo electrónico y de la Red en este continente. "La incapacidad de los países africanos para producir/utilizar equipo tecnológico y conocimientos técnicos avanzados (...) conduce a una espiral descendente de la competitividad, ya que, con cada salto adelante del cambio tecnológico, Africa se queda más marginada en la economía informacional/global. Su desinformación en los albores de la era de la información puede ser la herida más duradera inflingida a este continente por los nuevos modelos de dependencia, agravadas por las políticas del Estado predatorio (Castells, 1997: 121).

Los obstáculos para el desarrollo tanto tecnológico como periodístico son, como puede verse, numerosos, y el modo de superarlos se antoja difícilmente alcanzable por países cuyas necesidades de desarrollo alcanzan prácticamente todos los sectores imaginables. El incipiente progreso del periodismo electrónico, sin embargo, demuestra que al igual que las nuevas tecnologías (en su aplicación a las tareas informativas en este caso) pueden agravar las diferencias ya existentes y dificultar el acceso de las sociedades en vías de desarrollo a los actuales estándares de progreso, pueden también dar a conocer ese vacío y ayudar a estos estados a obtener progresivamente las ventajas que son inherentes a su uso. Tal y como hemos visto, los periódicos electrónicos, por el momento, son productos pensados "hacia fuera", dado que sólo un tercio de su audiencia proviene del mismo país en el que se producen. Los principales motivos por los que se han puesto en marcha, además, poco tienen que ver con la voluntad de satisfacer una demanda informativa, sino más bien a la toma de conciencia por parte de la elite informativa de la importancia del nuevo medio que les conduce a experimentar con él y a tomar posiciones de mercado para el futuro. Los objetivos para el futuro de estas publicaciones corroboran esta idea: las metas que los editores de los periódicos electrónicos citan con más frecuencia son la mejora en los contenidos y servicios ofrecidos, y el aumento de los ingresos, mientras que el incremento de la audiencia sólo ocupa el cuarto lugar. Los responsables de estas publicaciones tienen claro que el campo en el que pueden avanzar se abre más desde el punto de vista periodístico que desde el de aumento de la difusión. La mejora del contenido, el diseño y el incremento de los ingresos publicitarios deberán servir para consolidar el producto que están realizando hasta el momento con unos medios muy limitados.

La esperanza de desarrollo no deberá residir únicamente en la implantación a cualquier precio de los nuevos medios como fin en si mismos sino, al contrario, en su utilización para favorecer la creación de las condiciones que posibiliten un crecimiento sostenido de todos y cada uno de los aspectos necesarios para el crecimiento cualitativo de estos estados. La diferencia entre la progresiva

separación entre las naciones más y menos favorecidas, y su paulatino acercamiento entre sí puede no distar mucho de la distinción existente entre la utilización de estas nuevas tecnologías por la fascinación que pueden producir por sí mismas y su uso de modo instrumental al servicio de un desarrollo global. Trasladada al campo de la información, esa consideración puede extrapolarse también respecto al periodismo electrónico africano. En la medida en que los diarios digitales se distancien en su desarrollo de la realidad sobre la que están enraizados guiados únicamente por modelos que les son ajenos sólo conseguirán fracturar aún más esas sociedades. La carencia de recursos, la falta de una audiencia local y las pobres perspectivas de desarrollo a corto y medio plazo pueden conducirles por ese camino. Sin embargo, la única utilización de estos recursos digitales de la que pueden derivarse beneficios no es otra que la toma de una conciencia de servicio a un entorno inmediato que no les lleve a adherirse sólo al fulgor del progreso a través de un puñado de bits, sino que también les permita sumarse a colaborar en la creación de las condiciones necesarias para que cada vez una parte mayor de la población encuentre satisfechas sus necesidades informativas junto con todas las demás a las que, al menos de momento, están irremisiblemente unidas.

## APÉNDICE

Listado de periódicos electrónicos africanos

Argelia

Liberté Algerie <http://www.liberte-algerie.com/>

Jeune Independant <http://www.jeune-independant.com/>

El Watan <http://www.elwatan.com/>

Benin

La Nation <http://elodia.intnet.bj/nation.htm>

Botswana

The Botswana Gazette <http://www.ibis.bw/~gazette/>

Camerún

Cameroun Actualité

[http://www.iccnet.cm/cam\\_actu/p\\_cam\\_ac.htm](http://www.iccnet.cm/cam_actu/p_cam_ac.htm)

Cameroon Tribune <http://www.gcnet.cm/camtrib/>

Costa de Marfil

Fraternité Matin <http://www.fratmat.co.ci/>

Ivoir'Soir <http://www.ivoirsoir.ci/>

Le Jour <http://www.lejour.ci/>

La Voie <http://www.notrevoie.ci/>

Egipto

Al Ahram <http://www.ahram.org.eg/>

Middle East Times <http://www.metimes.com/>

Etiopía

Ethiopian News Headlines <http://www.ethiozena.net/>

The Addis Tribune <http://www.addistribune.com/>

Gambia

Gambia Daily <http://www.gambianews.com/>

Ghana

The Ghanaian Chronicle <http://www.ghanaian-chronicle.com>

Graphic Corporation News <http://www.graphic.com.gh/>

Guinea

La Lance <http://www.mirinet.net.gn/lynx/lce/>

Lynx <http://www.mirinet.net.gn/lynx/>

Kenia

The Daily Nation <http://www.nationaudio.com/News/DailyNation/Today/>

The East African <http://www.nationaudio.com/News/EastAfrican/Current/index.htm>

Madagascar

MIDI Madagascar <http://www.dts.mg/midi/>

Marruecos

Morocco Today <http://www.morocco-today.com/>

Vie économique <http://www.marocnet.net.ma/vieeco/>

Isla Mauricio

L'Express <http://www.lexpress-net.com/>

Le Mauricien <http://www.lemauricien.com/mauricien/index.html>

Mauritius News <http://www.mauritius-news.co.uk/>

Mozambique

Mozambique News Agency <http://www.poptel.org.uk/mozambique-news/>

Namibia

The Namibian Newspaper <http://www.namibian.com.na/>

The Namibian Economist <http://www.economist.com.na/>

Nigeria

The Skanner <http://www.theskanner.com/>

Abuja Mirror <http://www.ndirect.co.uk/~n.today/mirror.htm>

Post Express Wired <http://www.postexpresswired.com/>

Today <http://www.ndirect.co.uk/~n.today/today.htm>

The Guardian <http://www.ngrguardiannews.com/>

Vanguard <http://www.vanguardngr.com/>

Isla Reunión

Le J.I.R. <http://www.jir.fr/>

Senegal

Le Soleil <http://www.primature.sn/lesoleil/home.htm>

Sudáfrica

Business Day <http://www.bday.co.za/>

Independent Online <http://www.inc.co.za/>

Sunday Times <http://www.suntimes.co.za/>

Financial Mail <http://www.fm.co.za/>

WOZA <http://www.woza.co.za/woza.htm>

Mail & Guardian <http://www.mg.co.za/mg/>

Business Times <http://www.btimes.co.za/>

Headlines <http://www.headlines.co.za/>

Rekord <http://www.rekord.co.za/>

Natal Witness <http://www.witness.co.za/>

Zoutpansberger & Mirror <http://www.emirror.co.za/>

Beeld <http://news.24.com/>

Cape Business News <http://www.cbn.co.za/>

Dispatch <http://www.dispatch.co.za/>

Die Burger <http://news.24.com/>

Helderberg <http://www.helderberg.com/>

Swazilandia

The Swazi Observer <http://www.swaziobserver.sz/>

The Swazi News <http://www.swazinews.co.sz/index.htm>

Tanzania

The Express <http://www.theexpress.com/>

Nipashe <http://ipp.co.tz/>

Majira <http://www.nyenzi.com>

Túnez

La Presse <http://www.tunisie.com/LaPresse/>

Journaux Assabah <http://www.tunisie.com/Assabah/>

Uganda

The Monitor <http://www.africanews.com/monitor/>

Vision <http://imul.com/vision>

Zambia

The Post <http://www.zamnet.zm/zamnet/post/post.html>

The Zambia Daily Mail <http://www.zamnet.zm>

Times of Zambia <http://www.zamnet.zm/zamnet/times/times.html>

Zimbabwe

Zimbabwe Independent <http://www.mweb.co.zw/zimin/>

The Financial Gazzete <http://www.fingaz.co.zw/>

The Zimbabwe Standard <http://www.samara.co.zw/standard/>

## Notas

1. Conviene aquí distinguir los conceptos hit y visita, dado que el primero constituye el número bruto de impactos que recibe una página web, mientras que el segundo se refiere a los impactos recibidos desde una misma dirección IP. En términos cuantitativos, se estima que el número de hits es tres o cuatro veces mayor que el de las visitas reales recibidas, por lo que hay que dividir por tres o cuatro esas cifras para estimar el número real de lectores.

## Referencias Bibliográficas

Armañanzas, E.; Díaz Noci, J. y Meso, K. (1996): El periodismo electrónico. Barcelona: Ariel.

Armentia, J. I.; Elexgaray, J. y Pérez, J. C. (1999): Diseño y periodismo electrónico. Bilbao: UPV.

BBC Online Network (1999): "Somalia to go online", en [http://news.bbc.co.uk/hi/english/world/newsid\\_459000/459319.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/english/world/newsid_459000/459319.stm), consultado el 2/II/2000.

Berger, G. (1997): "Harnessing new information technology for Africa's independent media: plant the crops at the start of the rainy season", en <http://nml.ru.ac.za>, consultado el 7/02/00

Castells, M. (1998): La era de la información (Vols. I, II y III). Madrid: Alianza.

Cebrián, J. L. (1998): La red. Madrid: Taurus.

Freedom Forum (1998): "Promise, Shortcomings Of Online Technology for Africa Discussed", en <http://www.freedomforum.org/international/1998/>, consultado el 31/08/99.

Global Reach (1999), Global Internet Statistics, en <http://www.euromktg.com>, consultado el 29/08/99.

Gore, A. (1998): "Speech by Vice President Al Gore: 15th International ITU Conference", en <http://www.whitehouse.gov/WH/EOP/OVP/speeches/itu.html>, consultado el 31/01/00.

Holderness, M. (1995): "The Internet and the South: Superhighway or Dirt-track?", en <http://www.oneworld.org/panos/briefing/internet.htm>, consultado el 2/02/00.

Internet Software Consortium (1999): Host Count Distribution by Top-Level Domain Name, en <http://www.isc.org>, consultado el 29/VI/99

Jensen, M. (1999): "African Internet Status", en <http://www3.wn.apc.org/africa/afstat.htm>, consultado el 26/08/99.

Jensen, M. (1998): The Regional Informatics Network for Africa (RINAF). París: Unesco.

Maherzi, L. (1999): Informe mundial sobre la comunicación. Los medios frente a las nuevas tecnologías. Madrid: Unesco.



McLuhan, M. y Powers, B. R. (1996): La aldea global. Barcelona: Gedisa.

Menou, M. J. (1999): "Connectivity in Africa: Use, Benefits and Constraints of Electronic Communications", en <http://www.bellanet.org/partners/aisi/proj/conn.htm>, consultado el 26/08/99.

Negroponte, N. (1995): El mundo digital. Barcelona: Ediciones B.

Nua Ltd. (1999): How Many Online?, en <http://www.nua.ie>, consultado el 26/08/99.

Pruett, D. y Deane, J. (1998): "Internet and Poverty", en <http://www.oneworld.org/panos/briefing/interpov.htm>, consultado el 02/02/00.

Ramonet, I. (Editor) (1998): Internet, el mundo que llega. Madrid: Alianza.

Rodríguez, J. C. (1988): "Sed de información", Mundo Negro, 1988, Madrid, pp. 93-98.

Trejo, R. (1996): La nueva alfombra mágica. Madrid: Fundesco.

ZDNet (1999): "E-commerce in the Third World?", en <http://www.zdnet.com/zdnn/stories/news>, consultado el 31/08/99.