

La insuficiencia informativa en la cobertura occidental de las noticias africanas

The insufficiency of information in the western coverage of african news

Autora:

Doctoranda: NOURA EL FASSI EL HALFAOUI

Directora de tesis: La Dra. Karima Hajjaj

Grupo de investigación:

El Norte de Marruecos y su Relación con los Países de la Cuenca del Mediterráneo

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

UNIVERSIDAD ABDELMALEK ESSAADI. B.P: 26-MARTIL-TETUAN-Marruecos

Email: norafassi@hotmail.fr

Resumen:

La mala representación de África en los medios occidentales es un asunto clásico que empezó a producirse desde hace muchos siglos y que perdura hasta hoy en día. En el siguiente trabajo, se busca realizar un estudio crítico de la forma en la que se informa sobre el continente africano en la actualidad. Nos basamos en el modelo de la agenda-setting. Este último persigue analizar cómo se informa sobre África en los medios occidentales, qué margen de cobertura tiene, qué tipo de información predomina, qué léxico se utiliza a la hora de informar y qué tipo de fuentes se le hace uso a la hora de cubrir estas noticias. Para ello se ha utilizado un método inductivo partiéndose de varios trabajos de investigación de diferentes autores.

Los dos principales estudios elegidos sobre los que se ha basado este trabajo son: el del grupo de investigadores británico, Glasgow Media Group, sobre la comprensión y el interés del público por la cobertura mediática de los países en desarrollo, y el del investiga-

Abstract:

The misrepresentation of Africa in the Western media is not new to our ears, it is a matter that dates back centuries and lasts until today. In the following work, we seek to critique the way in which the continent is currently informed based on the agenda-setting model; that is, what is sought is to know how to inform about Africa in the western media, what margin of coverage it has, what type of information predominates, what lexicons are used when it comes to reporting and what type of sources are used to the time to cover this news. For this, an inductive method has been used starting from several research works of different authors. The two main studies chosen on which this work has been based are: that of the British research group, Glasgow Media Group, on the understanding and interest of the public for media coverage of developing countries and that of the US researcher Toussaint Nothias about how Western journalists really write about Africa. The results obtained reveal that Africa's coverage

dor estadounidense Toussaint Nothias sobre cómo los periodistas occidentales escriben realmente sobre África. Los resultados obtenidos revelan que la cobertura de África en los medios occidentales se puede considerar sesgada, insuficiente y sujeta al desinterés. A partir de estas consideraciones se explica cómo perduran los estereotipos sobre África y los africanos.

Palabras clave: "Agenda-setting"; "África"; "fuentes"; "medios de comunicación occidentales"; "noticias"; "representación".

in Western media can be considered biased, insufficient and subject to disinterest. From these considerations it is explained how the stereotypes about Africa and Africans last.

Key words: "Agenda-setting"; "Africa"; "sources"; "Western media"; "news"; "representation".

Introducción.

La mala representación de África en los medios occidentales no es algo nuevo ni excepcional. El siguiente artículo tiene por objeto tratar los criterios a los que está sujeta la selección o la construcción de las noticias que cubren el continente africano en los medios occidentales. Para ello, intentaremos explicar la cobertura de la actualidad africana a través del modelo de la agenda-setting. En primer lugar, y de manera resumida, vamos a ver el concepto del modelo de la agenda-setting. A continuación, intentaremos ver algunas causas e impactos en el tratamiento mediático sobre África a través de los medios occidentales. También se averiguará la manera en la que los medios occidentales cubren las noticias africanas. En todo caso, nos hemos apoyado en varios trabajos realizados por diferentes investigadores o grupos de investigación. Así pues gracias a los resultados obtenidos, procederemos a extraer nuestras conclusiones.

1. El modelo de la Agenda-Setting.

El modelo de la agenda-setting fue desarrollado a principios de la década de 1970 por McCombs y Shaw (1972). Según estos investigadores estadounidenses, los medios de comunicación tienen un efecto significativo en la formación de la opinión pública al atraer la atención de sus audiencias a ciertos eventos y descuidar otros. Para ello, McCombs y Shaw parten de dos constataciones contradictorias:

- Es incorrecto decir que los medios de comunicación influyen directamente en el público.
- Es incorrecto decir que los medios de comunicación no influyen en el público.

Dado el limitado espacio y tiempo disponible, los medios no pueden dedicar la misma atención a todo lo que sucede en el mundo, por lo que se ven obligados a tomar decisiones. Al hacerlo, definen el calendario de eventos y la jerarquía de temas (Lazar, 1992). La función de los medios masivos se enfoca en sus efectos cognitivos: le enseñan a la gente aquello que es importante sobre lo cual discutir y formarse una opinión (Aruguete, 2015).

De esta manera, según estos investigadores, la función de los medios de comunicación no es decirle a la gente qué pensar, sino en qué deben pensar. Estos autores han encontrado una correspondencia entre el orden jerárquico de los eventos presentados por los medios y la jerarquía de significado asociada a estos mismos problemas por el público. Dicho de otra manera, cuando los medios de comunicación definen el calendario de eventos y la jerarquía

de temas de su agenda, esto conduce inevitablemente a que los receptores de noticias lo memoricen. De acuerdo al modelo de la agenda-setting, la percepción del público de un evento se desarrolla en función de su lugar en los medios. Además de esto, hay que tener en cuenta que el mediador influirá también en su público por sus comentarios verbales o gestuales, por la edición, por las ilustraciones visuales y sonoras que se eligen. El receptor está así sometido a una doble influencia: la de la elección del tema y la del comentario sobre el tema.

Así pues, los medios masivos de comunicación construyen la visión de la realidad. Tienen el poder de generarla, o mejor dicho, hacen creer a las audiencias lo que muestran. Por lo tanto, "lo que no existe en los medios, no existe en las mentes de las personas" (Sendin, 2009).

2. Causas e impactos en el tratamiento mediático sobre África

Un estudio llevado a cabo por el grupo de investigación Glasgow Media Group titulado: *Media Coverage of the Developing World: Audience Understanding and Interest* (la cobertura mediática de los países en desarrollo: comprensión del público e interés) ha revelado varios datos sobre la relación de influencia medios-audiencia. El estudio destaca que las decisiones tomadas por los difusores se basan en criterios comerciales para responder solo a las preferencias del público. Pero, ¿qué lugar ocupa África dentro de estas preferencias? El pasado 30 de noviembre de 2018, Casa África ha celebrado en Madrid (España) el *II encuentro de periodistas España-África. Otras formas de comunicar África*; un encuentro que ha reunido a varios profesionales de comunicación de ambas partes. En esta reunión se ha abordado los diferentes problemas que encuentran los profesionales a la hora de informar sobre este continente. La poca cobertura que hay es debida principalmente al desinterés por parte del público. Los periodistas que informan sobre África se enfrentan pues a un desinterés generalizado en las poblaciones occidentales.

Además, la información internacional en general, y africana en particular, es cara (corresponsales in-situ, viajes, desplazamientos...). Esto añade un extra negativo al objetivo comercial de las empresas de medios de comunicación y deja claro que estas noticias no acarrear beneficios económicos a priori, sobre todo en una época en que los medios de comunicación se han convertido en empresas cuyo objetivo principal es, por encima de todo, maximizar beneficios. A parte, sabemos que para la mayoría de los medios de comunicación, un evento tiene un valor de interés periodístico solo cuando cae en una de las categorías que interesaría al público: el espectáculo, el conflicto, la violencia... (Charron, 1991). Así lo señala Kenneth Dowler: "If it bleeds, it leads"; es decir, si sangra, lidera; aunque en realidad no compartimos siempre esta idea, porque pensamos que la difusión de una información de este tipo depende mucho de quien sangra. De esta manera, los periodistas occidentales van a África principalmente para informar o ver lo que va mal.

Otro dato revelado por el Glasgow Media Group es que los espectadores están desinformados debido a la información parcial e incompleta que se difunde sobre los países del Sur. Si las audiencias occidentales están mal informadas sobre los problemas de los países en desarrollo es porque las explicaciones y la contextualización de la información son insuficientes. Efectivamente, este es el caso de África. Las noticias africanas rara vez se analizan de manera completa, a menudo carecen de análisis históricos, políticos, económicos, culturales u otros. La realidad de este continente se presenta fuera de su contexto para entenderla y en la mayoría

de los casos con cierta comparación con los países occidentales, sobre todo europeos. La idea es que las noticias se limitan simplemente a la búsqueda de la verdad en los eventos y que el periodista no puede preocuparse por el estudio de los problemas. De esta manera, los medios de comunicación se involucran en la producción masiva de ignorancia social (Schechter, 1997).

3. La visión de África entre oscuridad, homogeneidad y ausencia de voces

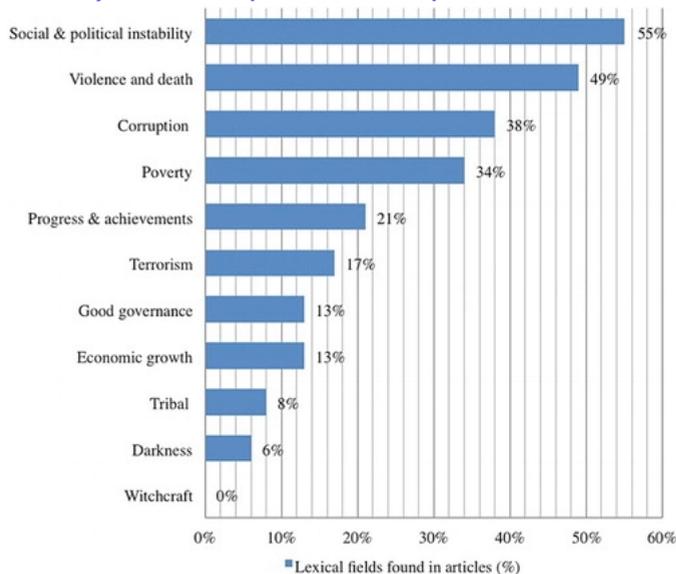
Otro trabajo que, a nuestro juicio, revela otros datos de interés sobre la cobertura que recibe África por parte de los medios de comunicación occidentales-que nos ayudaría a averiguar qué tipo de noticias se dan sobre África- es el de Toussaint Nothias, del centro de estudios africanos de la Universidad de Stanford. Este investigador llevó a cabo un estudio cuyo objetivo era averiguar si las críticas que se hacen a menudo a la prensa occidental a la hora de informar sobre África son adecuadas o exageradas. Toussaint recuerda las tres razones por las que se señala a los medios occidentales por la cobertura que dan a África: primero, porque asocian el continente con la "oscuridad"; segundo, porque representan a África como entidad homogénea, mientras que se compone de 54 países; y tercero, porque utilizan casi exclusivamente fuentes occidentales. Para ello, analizó el contenido de 282 artículos de diferentes periódicos franceses y británicos publicados entre 2009 y 2012. Los textos analizados estaban relacionados con el 50º aniversario de la independencia de 24 países africanos. Toussaint eligió este tema para evitar artículos relacionados con guerras, crisis y conflictos. Para completar su investigación, también realizó entrevistas a varios periodistas corresponsales en África.

Al analizar los artículos, Nothias investigó si estas críticas tenían una base empírica. Para ello, observó los campos léxicos que aparecen con mayor frecuencia en los artículos.

3.1. África: el continente oscuro

En la siguiente tabla, analiza los términos relacionados con su primera observación: el continente oscuro.

Porcentaje de artículos que contienen campos léxicos seleccionados. (Toussaint Nothias, 2018)



Como resultado, podemos apreciar que más de la mitad (55%) de los textos contienen palabras relacionadas con “inestabilidad política y social”, seguidos por los temas sobre “violencia y muerte” (49%), “corrupción” (38%) y “pobreza” (34%). La prevalencia de estos campos léxicos indica una cobertura principalmente negativa, centrada en los problemas. La categoría “progreso y éxito” solo llega en quinto lugar, con el 21% de los artículos.

3.2. La homogeneidad de África como un solo bloque.

En lo que concierne su segunda observación, la homogeneidad de África, Nothias reveló a través de su análisis que el 72% de los artículos contenían generalizaciones. En varios casos, dijo, se ve que la celebración de la independencia de un país en particular tiende a verse como la “independencia de África”.

3.3. Las voces africanas.

En el caso de la tercera crítica, Nothias concluye que África se discute a menudo desde afuera. Sus análisis confirman que la proporción de fuentes occidentales sigue siendo alta y, con respecto a las voces africanas, predominan las de las autoridades. Hablando de las voces africanas, Nothias también examinó los verbos utilizados a la hora de introducirlas en las noticias. A menudo se hace uso de verbos emocionales, como por ejemplo: reclamar, quejarse... Por lo tanto, estos resultados muestran que los actores africanos tienen menos probabilidad que los occidentales de expresarse en los medios de comunicación a la hora de informar sobre África.

Otro estudio realizado, esta vez sobre noticias televisivas y plasmado en el artículo titulado: “The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries” (La geografía de las noticias extranjeras en televisión: un estudio comparativo de 17 países), los autores, Wilke, Heiprecht y Cohen, analizaron la transmisión de noticias extranjeras en el noticiero de seis días. Entre todos los países (europeos), encontraron que solo el 3% de la cobertura internacional estaba relacionada con África. Otros estudios, como los de Graham y Sabbata: “The Geographic Focus of World Media” (El enfoque geográfico de los medios mundiales), conducen a resultados similares. Por lo tanto, a pesar de representar casi el 15% de la población mundial, el continente africano tiende a ser descuidado a la hora de su representación o su inserción en el sistema internacional.

Conclusión

Vistos estos resultados, podemos proceder a sacar ciertas conclusiones. Tal y como entendemos, la agenda-setting de África tiene sus propios criterios. África, para ser cubierta, debe encajar en el espacio que se le otorga a priori. En este caso, llama la atención la poca cobertura que se le da a este continente. Nos da la impresión de que a África le ha tocado estar marginada, es decir, ubicarse fuera del sistema global. Sin embargo nos resulta contradictorio, ya que la realidad es otra. A nivel económico, el mundo le debe mucho a África. Entonces, en ningún modo África esta marginada del mundo. Esta cobertura además está sometida a un sesgo. En la mayoría de los casos, las noticias venidas de África son de tipo negativo. Las buenas noticias son escasas y ocupan menos espacio. Así, los medios occidentales dictan a las audiencias (consumidores pasivos de lo africano) en qué deben centrar su atención de acuerdo con sus intereses. Esto supone que los medios tienen la omnipotencia en la elección de las noticias y el ángulo en el que se tratan.

Otro punto que llama la atención es el desinterés por parte de la audiencia mencionado anteriormente. Esto podría ser por varias razones (económicas, históricas, políticas, sociales...). En general, a cualquier individuo hoy en día le preocuparía más lo que sucede en su país antes de lo que ocurre en otro; y si es además otro continente y otras culturas pues el desinterés llegaría a convertirse incluso en la indiferencia. Hay que decir que, cuando se trata de África, los medios de comunicación occidentales informan casi por unanimidad el mismo tipo de hechos y de la misma manera. Esto podría ser porque informar sobre África resulta para muchos medios difícil y caro. Por ejemplo, "las televisiones utilizan generalmente las imágenes que llegan de dos agencias internacionales de información (Associated Press-fundada en EE.UU.- y Reuters-en Gran Bretaña); lo cual implica no solo la importante centralización de las imágenes, sino también la uniformidad visual de las noticias internacionales de los informativos de la mayoría de televisiones..." (Navarro, 2008). De esta manera, el modelo de la agenda-setting de África funciona siguiendo un efecto domino. Esto es, un medio impulsa a otro a la hora de cubrir una noticia sobre África. De esta manera no se garantiza una diversidad de información. Además, esta información que cubre poco espacio, que generalmente es negativa, descontextualizada y no explicada en su conjunto para ser entendida y encima es repetida es obvio que va a inducir al aburrimiento y por lo tanto al desinterés.

Finalmente, las fuentes de noticias africanas a veces pueden contribuir a la recopilación de información pero el formato y la clasificación de las noticias que resultan obedecerán a los criterios de cobertura. Los medios occidentales definen libremente su agenda y a menudo se contentan con las prácticas periodísticas rutinarias y eso no representa de ninguna manera la diversa realidad de África. Los medios occidentales deberían esforzarse más en no marginar estas fuentes africanas. A su vez, éstas deberían colaborar más con los corresponsales extranjeros, porque cuanto más actúen estos de manera unilateral, a partir de sus propios patrones de referencia, más información negativa será divulgada en la mayoría de los casos.

A partir de estas consideraciones se explica cómo perduran los estereotipos sobre África y los africanos.

Nos gustaría acabar este texto con una cita de Luis Padrón que mencionó en la inauguración del II encuentro de periodistas España-África, la cual nos invitaría a reflexionar sobre la actualidad africana según la agenda de los medios occidentales. Para Padrón "la información sobre África sigue sin tener el espacio que se merece"

Bibliografía

ARUGUETE, Natalia. EL PODER DE LA AGENDA. POLITICA, MEDIOS Y PÚBLICO. Editorial Biblos, Buenos Aires. 2016.

CHARRON, Jean. LEMIEUX, Jacques. SAVAGEAU, Florian. Les journalistes, les medias et leurs sources. Gaétan Morin. 1991.

GLASGOW MEDIA GROUP. Media Coverage of the Developing World: Audience Understanding and Interest. University of Glasgow. 2001.

LAZAR, Judith. La ciencia de la comunicación.(1992).Retrieved from: <https://books.google.co>.

[ma/books?id=WNEQIQAYLJEC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://www.amazon.com/books?id=WNEQIQAYLJEC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

McCOMBS, Maxwell. SHAW, Donald L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36. 1972.

NAVARRO, Laura. *Contra el Islam. La visión deformada del mundo árabe en Occidente*. ALMUZARA. 2008.

SCHECHTER, Danny. *The More You Watch The Less You Know*. 1997.

SENDIN, José Carlos. La construcción imaginaria del otro africano por los medios de comunicación, en *Revista Pueblos*, No 4, 2002.

TOUSSAINT, Nothias. How Western Journalist Actually Write About Africa. (2016). Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2016.1262748>

WILK, Jurgen, HEIMPRECHT, Christine y COHEN, Akiba. The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries. *International Communication Gazette* 74 (4). 2012.