NÚMERO MONOGRÁFICO

NEW (?) AFRICAN COMMUNICATION ENVIRONMENT

index.comunicación
Revista científica de Comunicación Aplicada

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO Chair
on Communication Research
Universidad Rey Juan Carlos

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO Chair
on Communication Research
Universidad Rey Juan Carlos

NEW (?) AFRICAN COMMUNICATION ENVIRONMENT. UNA CONTRIBUCIÓN AL ESTUDIO SOBRE LA COMUNICACIÓN Y ÁFRICA

Carmen Caffarel Serra | José Carlos Sendín Gutiérrez
carmen.caffarel@urjc.es | josecarlos.sendin@urjc.es

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rey Juan Carlos

Para los editores de este número monográfico es un motivo de especial ilusión y alegría poder presentar el conjunto de trabajos seleccionados y publicados ahora en esta edición especial de la revista académica index.Comunicación, de entre aquellos autores que respondieron a la llamada a contribuciones lanzada el pasado mes de febrero de 2013, bajo el título *New (?) African communication environment*.

Tal como se indicaba en la convocatoria, la idea de la publicación consistía en ofrecer una plataforma para el intercambio de ideas y para debatir acerca del papel que los medios de comunicación pueden jugar en el proceso de construcción de sociedades democráticas en África; así como ofrecer un espacio para los estudios mediáticos críticos, haciendo hincapié en el concepto de cultura popular para una más amplia y rica comprensión de las esferas públicas africanas. El conjunto de artículos publicados pretende contribuir de forma significativa a arrojar algo de luz sobre cómo los medios tradicionales y los nuevos medios digitales, junto con las formas alternativas de comunicación, pueden desempeñar un papel clave en el continente.

Éste es un proyecto que nace en el seno de la Cátedra UNESCO de Investigación en Comunicación y África **http://www.unescoafricom.es/**, promovida desde la Universidad Rey Juan Carlos. La Cátedra se centra en la investigación avanzada sobre los procesos comunicativos, así como el cambio social, con un interés especial en las sociedades africanas. Para ello, centra sus actividades en la investigación de alto nivel y el trabajo académico en comunicación y comunicación para el desarrollo, con ese foco específico en África. Una apuesta estratégica que pretende estimular la investigación en el campo de la comunicación, así como la mejora en los procesos de desarrollo autóctono africano, por medio de la promoción de la libertad de expresión y, en última instancia, la construcción de sociedades inclusivas y responsables.

La Cátedra es un proyecto muy joven, de mediados de 2012. Pero en este período corto de existencia y a pesar de trabajar en un entorno muy restrictivo en lo económico, que se traduce en el recorte a los presupuestos de investigación, está tejiendo alianzas nacionales e internacionales y poniendo en marcha varios proyectos, que tarde o temprano, empezarán a traducir y hacer realidad los ambiciosos objetivos que tiene planteados.

Hemos de reconocer que muchas de las preguntas que entonces planteábamos como ejes temáticos para incluir en el monográfico continúan sin ser respondidas; tampoco era intención de los editores encontrar todas las respuestas a un asunto tan complejo, al tiempo que poliédrico, como es el papel del entorno comunicativo, en especial los medios, en el continente africano. Sin embargo, los artículos incluidos, como se relatará más adelante, son reflejo tanto del papel de los medios tradicionales, como de los nuevos medios digitales y redes sociales en algunos países del continente. Además, algunas contribuciones superan las expectativas con que abordábamos inicialmente este proyecto e incluyen temas de la más completa actualidad, como el papel de China a través de los medios en el continente, el papel de las redes sociales en las elecciones presidenciales en Kenia, o la proyección de las diásporas africanas a través de los medios.

Por otro lado, los objetivos de la convocatoria planteaban un reto importante, como es diagnosticar y exponer el amplísimo y complejo panorama comunicativo en todo un continente. Y quizá, el énfasis en el análisis de los nuevos medios ocultaba la importancia de las formas tradicionales de comunicación que, autores de referencia como Frank Uboajah, Afred Opubor o Joseph Ascroft, tuvieron la perspicacia de apuntar, así como poner en valor las múltiples formas de comprender y practicar la comunicación al sur del Sáhara. Porque, si bien los nuevos medios pueden llegar a tener un papel clave en la transformación social en muchas sociedades al Sur del Sáhara, probablemente retoman a través de nuevos dispositivos prácticas conocidas, como los grupos de discusión en las calles, las iglesias evangélicas y proféticas u otras formas menos reconocibles de circulación de información como los DVD y cintas de audio. Todos estos formatos constituyen instrumentos privilegiados a través de los cuales las personas normales obtienen la información que les interesa y configuran sus opiniones.

Los artículos que incluye este número monográfico son fruto de investigaciones y puntos de vista de sus autores y, como es razonable, no reflejan necesariamente las opiniones o perspectivas de los editores o de la revista **index.Comunicación**. Se ha prestado especial interés al idioma de presentación de los originales, con el fin de permitir el mayor acceso y difusión de las reflexiones aquí planteadas, por lo que todos los artículos aparecen en versión inglesa y, además, en función de la lengua materna de los autores, también en español y en portugués.

A continuación, hemos intentado ordenar los diferentes artículos temáticamente. En primer lugar, aquellos que versan sobre África y alguna dimensión comunicativa. Se trata de artículos que pretenden mostrarnos un panorama general sobre un aspecto concreto de la realidad africana: el papel y la penetración China en el continente africano, la implantación y los retos que presentan las nuevas tecnologías de la información y su uso, o el papel fundamental que desempeña la alfabetización en medios.

En *China y el Internet africano: perspectivas desde Kenia y Etiopía*, Iginio Gagliardone aborda el discutido y tan actual papel de China en el continente, en primer lugar, contextualizando la presencia de China en África desde 1950. Estos primeros contactos sino-africanos se caracterizaron por la prestación de la ayuda y por los intentos de llegar no sólo a las élites, sino al público en general. A continuación, expone las preocupaciones que se han expresado también por el papel negativo que China pudiera tener en el sector de los medios en África, traducido en el aumento de autoritarismo, así como en detrimento de los esfuerzos de Occidente para promover la apertura y la libertad de expresión. Sin embargo, el autor advierte que no existe ningún estudio hasta la fecha que haya demostrado la anterior tesis y, por tanto, se necesita mayor evidencia empírica para comprender cabalmente la naturaleza, el alcance y las implicaciones del nuevo papel de China en la esfera mediática de África.

Los casos de Kenia y Etiopía sirven al autor, desde su trabajo de campo, para ejemplificar diferentes modelos de implantación de Internet, así como el papel que está desempeñando China –que el autor identifica bajo diferentes denominaciones: rol de socio, rol de paradigma o rol persuasivo–, en ambos países, y que representan modelos opuestos de gestión del acceso a Internet. Kenia, la apertura y competitividad; mientras que Etiopía, el control centralizado del gobierno. Se compara el resultado de las elecciones en ambos países y cómo la violencia postelectoral fue utilizada como argumento para defender modelos contrarios de promoción de Internet, escenarios en los que China sigue desempeñando un papel clave que habrá que seguir estudiando detenidamente.

El artículo *La educación en medios en el ámbito internacional: África en el objetivo*, de Juan Francisco Torregrosa, presenta un panorama general de la situación de la educación en medios en el contexto internacional con una especial mirada a África. El artículo entronca con el concepto de 'educomunicación' propuesto por UNESCO en 1979 y, partiendo de la base indiscutible del poder que los medios de comunicación ejercen en la sociedad, propone la necesidad de que éstos se estudien en los programas reglados de educación: Historia de los medios, cómo se utilizan, cómo son evaluados desde el punto de vista de la creatividad, a la vez que se han de estudiar las consecuencias sociales de los medios,

los modos de percepción de los mismos y cómo pueden favorecer la participación activa de los ciudadanos.

La educación en medios se hace más compleja en la medida en que los medios se vuelven más complejos, o con la irrupción de Internet, y con él de nuevas formas más horizontales de comunicar. El autor hace un somero repaso sobre diferentes experiencias de 'educomunicación' en distintos lugares del mundo llamando la atención sobre América Latina donde las iniciativas que se han desarrollado han alcanzado una gran aceptación popular. En el caso concreto de África, el autor es consciente de las diferencias abismales que, respecto a la educación en medios, hay entre unos y otros países africanos. No obstante estas diferencias, la penetración de Internet y por tanto la irrupción de las redes sociales y la expansión de la web 2.0 han supuesto un cambio importante en la participación de la ciudadanía en la información y en el uso comprensivo de los media, pero también, nos advierte el autor, que no hay que magnificar este cambio ya que la penetración de Internet es todavía muy baja.

Esta débil penetración de Internet se constata en el artículo de Antonio García Jiménez y Alberto González Pascual, titulado *Internet y África: de la brecha a la esperanza digital. Redes, libertades y comunicación*. Es un trabajo fundamentalmente descriptivo del contexto digital africano a partir de la búsqueda de datos actualizados en las diferentes regiones del continente.

A pesar de estar hablando en términos comparativos con otros continentes de cifras muy bajas, lo cierto es, como señalan los autores, que el avance va siendo cada vez mayor y así, desde 2006 en el que el porcentaje de penetración de Internet era de un 2,6%, ya en 2010 se había alcanzado a un 10,9% de la población. Estos datos se vuelven más significativos si cabe, para explicar la gran brecha digital que existe entre unos países y otros del continente, si tenemos en cuenta que en muchos de ellos, por ejemplo Burundi, República Centroafricana, Etiopía o Liberia entre otros, la penetración de Internet está por debajo del 1%.

Los autores describen a continuación las políticas que se están aplicando para potenciar la infraestructura tecnológica desde dos aspectos diferentes y complementarios: las mejoras en las infraestructuras y la regulación del sector, pasando revista a varias experiencias concretas como por ejemplo el caso EASSY o la incipiente penetración del sector privado en las infraestructuras de las tecnologías de las redes de información en aquellos países en los que desde el monopolio, con un gran coste de la banda ancha, se ha pasado a una liberalización del sector. Los autores se detienen en el análisis de países concretos como Uganda o Zambia.

En un segundo bloque hemos ubicado aquellas contribuciones de carácter más específico o temático, que abordan investigaciones originales, como el papel de las redes sociales en la canalización de la violencia política en Kenia, la repre-

sentación mediática de los candidatos electorales en Tanzania, o el que cierra este bloque, que se centra, también desde la perspectiva mediática, en el trabajo de los corresponsales extranjeros en el continente africano.

En *El discurso étnico del odio se difundió por las redes. Análisis de las discusiones políticas en las redes sociales durante las elecciones generales de 2013 en Kenia*, Jacinta Mwende Maweu nos presenta un análisis de las redes sociales Twitter y Facebook como canales de la agitación política y la transmisión de odio racial durante las últimas elecciones en Kenia, en marzo de 2013. La autora cuestiona el hecho de que las redes sociales puedan convertirse en herramientas para la generación de esferas públicas alternativas a las generadas por los medios tradicionales. Al mismo tiempo, cuestiona que las redes sociales sean esos espacios libres de ataques basados en lineamientos étnicos, como el sufrido por el estallido de violencia étnica que en las últimas elecciones de 2007 que dejó más de 1.500 muertos. De esta forma, avanza la idea de que las redes sociales desempeñaron en las últimas elecciones de 2013 un papel más negativo en la transmisión del odio étnico que los medios de comunicación tradicionales, sobre los que existe mayor control y aplicación de estándares de calidad.

La autora llama la atención sobre el hecho de que, a pesar de que las redes sociales son efectivas en lo que supone incrementar la participación política, esta participación no se traduce necesariamente en empoderamiento político, que se considera clave para el éxito de cualquier sistema democrático. Una vez analizado el contenido de los *tweets* y *post* políticos antes y después de las elecciones generales, concluye que sirvieron más para agitar e incendiar los ánimos de los contendientes, siempre siguiendo patrones étnicos, en lugar de constituirse en herramientas para construir esferas públicas alternativas de deliberación.

El artículo *Representación de los candidatos electorales y prejuicios mediáticos en Tanzania*, de Kaanaeli Bariki Kaale, presenta el contexto de la economía política de los medios de comunicación en Tanzania, en el que el proceso de privatización ha marcado las dos últimas décadas de democracia en Tanzania. Los principales efectos de esta tendencia se hacen notar en el cambio el enfoque de los periodistas hacia una cobertura sobre conocidos miembros del gobierno, así como la reducción en la diversidad de las noticias y la cobertura política. La autora apunta que estas tendencias reflejan los intereses de los accionistas de medios y también afecta a la visibilidad de los candidatos políticos, lo que va en detrimento de una representación justa y equitativa en el proceso electoral.

Después de realizar un análisis cuantitativo y cualitativo sobre las noticias de las elecciones presidenciales de Tanzania en 2010 en seis de los principales periódicos escritos en Swahili, los resultados ponen de manifiesto deficiencias importantes en la cobertura electoral por parte de los medios analizados, así

como la aparición de prejuicios y una representación desigual de los candidatos. Por último, la constatación más relevante reside en la convergencia hallada entre el tipo de cobertura de las elecciones realizada por los periódicos y los resultados de votación.

Paulo Nuno Vicente, en *Corresponsales extranjeros en África Subsahariana: Un paradigma comunicativo en evolución*, constata en primer lugar que una parte importante de nuestro conocimiento cotidiano de África al sur del Sahara proviene de la labor de los periodistas internacionales. Sin embargo, remarca la ausencia de investigaciones académicas sobre el trabajo de estos profesionales, que tienen una responsabilidad tan nítida en la configuración de imaginarios sobre los Otros distantes. Esta investigación pretende, en parte, solventar este vacío, por medio de la realización de entrevistas con periodistas internacionales presentes en 41 países del continente, combinadas con entrevistas semi-estructuradas a profesionales en tres países de África.

El autor concluye de los resultados de su trabajo que, a pesar de los augurios negativos sobre el futuro de los corresponsales internacionales, la situación no es tan mala. Además, percibe cambios importantes derivados de la nueva naturaleza de las comunicaciones digitales, así como de las nuevas modalidades de trabajo que permiten los medios online. No obstante, admite que la precariedad laboral se ceba sobre los *freelance*.

En el tercer bloque recogemos una temática que preocupa a nuestros investigadores: el camino inverso. Las vivencias y visiones desde la diáspora africana en Europa. Así, nos presentan cómo son percibidos por los medios de comunicación los afrodescendientes que se instalaron en Europa o América; o cómo se construyen los imaginarios que conforman el proyecto migratorio a través de la televisión; o trabajos de colectivos africanos que proyectan su visión diaspórica a través de la fotografía; la representación de la diáspora africana en Portugal y, por último, una plataforma de aprendizaje en la alfabetización mediática para la comunidad senegalesa residente en Madrid.

En *Conocer la alteridad. Depth of Field: una aproximación colectiva a África*, Rosario Jiménez hace una aproximación a la fotografía postcolonial africana a través de la obra del grupo nigeriano DOF (Depth of Field). Nos muestra cómo la fotografía puede romper con los bordes del continente y, al mismo tiempo, niega el carácter identitario que desde Occidente se ha utilizado para construir "lo africano" desde un punto de vista colonial.

Las fotografías de esta nueva generación de fotógrafos que trabajan en la diáspora se insertan en el diálogo global del arte posmoderno y rompen con el etnocentrismo imperante en las artes. La autora reclama la importancia de esta perspectiva, en la medida que sirve para legitimar unas prácticas que cuestionan

no sólo el círculo y el sistema del arte, sino también la construcción social de un imaginario que a día de hoy sigue imperante en el mundo Occidental. Además, una parte importante de la formación de los fotógrafos que conforman este movimiento se ha desarrollado en Occidente, por lo que este caso permite hablar también de los flujos migratorios del arte y de sus significados.

Las fotografías de DOF, además de tratar el tema del "Otro", promueven el debate sobre la pertinencia de la entrada de África en un mundo globalizado, lo que permite desde distribuir sus obras de arte, al mismo tiempo que las deslocaliza de su territorio. La autora concluye que las imágenes de este colectivo, su estética y estilo, evidencian que la fotografía africana está entrando en el sistema global del arte. A pesar de que podría argumentarse que en lugar de crear sus propios rasgos identitarios, pierden su identidad en ese proceso, lo cierto es que ninguna cultura se ha desarrollado aislada, pues, afirma la autora, sólo a través de la mezcla con otras culturas y a través de la hibridación han podido sobrevivir durante siglos.

Resulta muy interesante la lectura del artículo de Lucia Benítez Eizaguirre *Mitos e imaginarios migratorios en la recepción de la Televisión en Marruecos* porque aborda un tema tan fundamental como es la representación simbólica del primer mundo que presentan los medios marroquíes, en especial, la televisión y que conforman el imaginario simbólico de llamada para la migración a Europa.

Benítez parte del término "paisajes mediáticos" (Appadurai 2001) entendido como la producción y difusión de mundos imaginarios que acrecientan las diferencias entre el centro y la periferia. Partiendo de la combinación de la información y el imaginario se recrea una subjetividad específica que impulsa la migración. La autora pone en evidencia la contradicción entre el control que ejerce el estado frente al fenómeno de la migración y a la vez, sobre todo con la televisión, el ofrecimiento de un imaginario simbólico aspiracional que existe más allá de sus fronteras, imaginario que se refuerza a partir de las interacciones cara a cara: "El sur se ve a sí mismo con los ojos del norte" (Gubern 2000).

La cultura audiovisual proporciona imágenes y propuestas aspiracionales convertidas en míticas que hacen más soportable, más habitable lo cotidiano. Los mitos de la migración generan el dominio simbólico que favorece la visión de otro mundo posible que se ve reforzado, además, por el prestigio que se otorga al migrante y a su familia por el simple hecho de haber estado en Europa, de haber viajado.

Benítez plantea un recorrido por los diferentes autores que analizan el discurso mediático audiovisual, en el contexto de la globalización, como fuente de creación de mitos, pero sujetos al "poder" de los grupos empresariales, enten-

diendo poder, como señala Castells, como la capacidad de influencia en los demás a través de relaciones asimétricas para favorecer sus propios intereses o valores. Y este poder, esta capacidad de influencia, es el que constituye el pensamiento único (Chomsky, Ramonet).

La autora aborda en su artículo un interesante estudio de caso: La recepción de televisión en Marruecos a través de los discursos sociales y subjetivos de los protagonistas de los proyectos migratorios: la imagen de un norte rico, de personajes que viven del prestigio de haber estado ahí, de regresar en vacaciones narrando el sueño cumplido, va forjando un imaginario migrante que se ve reforzado por la interacción "cara a cara" de los sujetos de carne y hueso que regresan.

Lucía Benitez destaca el tránsito del imaginario España concebido primero como un lugar de tránsito a otros países europeos, a la consideración de un lugar de destino, sobre todo por la ejemplar transición democrática (referente a imitar por la población marroquí) y por el logro de una sociedad basada en el bienestar económico y en el consumo.

Para el análisis de la recepción de la televisión en Marruecos la autora ha realizado un trabajo de campo durante dos años en las principales ciudades de Marruecos y también en el ámbito rural: la calidad de vida se asocia de forma dominante con Occidente, asociación que se refuerza con las interacciones sociales en un deseo de "confirmación" y en el caso de los migrantes que regresan en un efecto de "demostración" a través del coche (convertido en elemento simbólico del éxito), en los regalos o en la ropa que visten. La imagen de democracia y ciudadanía en España empieza a ser confrontada en estos últimos años con mensajes preventivos sobre la migración irregular reflejo del cambio de políticas migratorias, especialmente en la Unión Europea, y reflejo también de la crisis económica y falta de puestos de trabajo.

El artículo *Activismo por la igualdad racial en Brasil. Comunicación en red e Internet: La agencia de noticias Afropress* de Leslie Sedrez y Denise Cogo tiene dos partes claramente diferenciadas. En la primera las autoras ofrecen un interesante recorrido histórico del surgimiento de los movimientos sociales negros en Brasil que reivindican la lucha para la obtención de "ciudadanía" de los afrodescendientes. A partir de una contextualización de los africanos en Brasil desde la época esclavista hasta la actualidad, donde los movimientos sociales se dinamizan y cobran sentido con el uso de las tecnologías de la información que permiten dar visibilidad a esta lucha, las autoras nos proponen un recorrido que culmina con la reciente aprobación, por parte del gobierno brasileño, del Estatuto de Igualdad Racial y la aprobación también de políticas públicas para el acceso a la educación superior de la población negra, población que, según el último censo realizado en 2010, sobrepasa por primera vez a la población blanca.

También se realiza un repaso histórico de los medios de comunicación desde el surgimiento de una prensa negra que arranca con los periódicos-murales de los primeros líderes de la resistencia, pasando después durante las primeras décadas del siglo pasado por los periódicos primero, luego radios y después televisiones negras, hasta la actualidad con la apropiación de espacios de Internet. Hoy asistimos a nuevas prácticas comunicativas que se explican por la convergencia y la complementariedad en los usos de las tecnologías de la información y la comunicación: websites, portales, blogs, periódicos y boletines *on-line*, radios digitales, redes sociales como Twitter o Facebook se combinan para construir discursos sobre el movimiento negro brasileño.

En la segunda parte de su trabajo las autoras introducen un estudio de caso: la experiencia de Afropress, agencia de noticias creada en 2004 y que tiene como principal objetivo la diversidad étnica y la lucha contra el racismo. Describen su creación, las rutinas profesionales y el papel de denuncia que juega esta agencia ejemplificándolo en el caso de Januario Alves de Santana, trabajador de la Universidad Sao Paulo que fue brutalmente agredido por su condición de negro en los aparcamientos de un supermercado y cuya denuncia a través de la agencia Afropress tuvo como resultado una gran difusión mediática en los medios tradicionales y la posterior condena de los agresores en una sentencia ejemplarizante.

El artículo de Bruno Carriço y Lidia Marôpo *Medios de comunicación e identidad. Africanidad en Portugal*, se ocupa de la construcción de la identidad africana, en especial de los jóvenes luso-africanos en su relación con los medios de comunicación.

El trabajo está estructurado en tres partes en la primera de las cuales se aborda el reconocimiento de la identidad africana en el espacio mediático portugués, fenómeno muy tardío puesto que hay que esperar a los años noventa para asistir a una cierta visibilidad de los africanos en los medios de comunicación. La tardanza de este fenómeno es explicada como consecuencia del aislamiento de la sociedad portuguesa a lo largo del grandísimo período de dictadura a pesar de que los primeros caboverdianos llegan en la segunda mitad de los años sesenta, acrecentándose después con los inmigrantes procedentes de otros países africanos lusófonos. Los casi cien mil africanos residentes en Portugal en 2012 constituyen una comunidad digna de ser analizada en los estudios de comunicación.

Desde el punto de vista de "la africanidad representada", los autores exploran, en la segunda parte de su trabajo, la construcción de las identidades por parte de los discursos mediáticos y que dependen fundamentalmente de la relación de los medios con los mercados, de la organización interna de las instituciones mediáticas y del papel que asumen los medios de comunicación en la representación de las identidades tal y como han señalado Cariço y Sampedro.

Las investigaciones que los autores analizan se han centrado fundamentalmente en el análisis de contenido de los medios; análisis del que se deduce una fuerte connotación directa entre emigración africana, marginalidad y delincuencia, sobre todo en los análisis de prensa y televisión. Con la inclusión de Portugal en la Unión Europea comienza una fuerte inmigración desde los países del Este que se resuelve en los medios en la unificación en el discurso del "inmigrante" sin especificación de la identidad nacional del mismo. Es decir, el inmigrante deja de tener nacionalidad. Es a partir de 2006, cuando la recién creada Entidad Reguladora de Comunicación establece criterios de mayor rigor en la cobertura mediática de las minorías que logra una ligera transformación en el tratamiento informativo de los inmigrantes, de las minorías, aunque con diferencias apreciables entre los diferentes medios portugueses.

En la tercera parte del artículo los autores analizan, desde la perspectiva del consumo mediático, lo que denominan re-africanización mediática a partir del estudio de las segundas generaciones: jóvenes africanos residentes en Portugal y portugueses por nacimiento. Si en un primer momento las dificultades de integración se fueron diluyendo (Machado 2008), con las fuertes tasas de desempleo y la crisis económica los jóvenes afrodescendientes suman a los desafíos inherentes a su condición de jóvenes, aspectos recurrentes de la identidad como la dimensión étnica y de clase. Para ello los autores siguen el estudio realizado en 2011 por Padhilla quien concluye que los jóvenes no pretenden asumir la cultura africana de sus antepasados, sino crear una cultura propia de ser africano, cultura repleta de mestizaje, hibridismo y consciencia juvenil.

Finaliza el artículo con un interesante recorrido de los principales trabajos de investigación que abordan el tema de las construcciones y reconstrucciones identitarias mediáticas y su recepción por parte de los jóvenes africanos residentes en Portugal (Carvalheiro 2006, Coelho 2009, Marôpo 2013, Rosa 2011, entre otros).

Por último, reseñamos el artículo *Plataforma de formación online para la comunidad de inmigrantes senegaleses centrada en alfabetización mediática*, de David García Martul y Guillermina Franco Álvarez. En este texto se resumen los resultados de una investigación financiada por la Agencia Española de Coooperación Internacional y el Desarrollo en colaboración con la Universidad Cheik Anta Diop de Senegal para diseñar una plataforma de aprendizaje en la alfabetización mediática para la comunidad senegalesa residente en Madrid. En la primera parte del trabajo se describe el fenómeno de la inmigración senegalesa en España, identificando las características socioculturales que definen este colectivo, con la finalidad de implantar un programa de alfabetización mediática en una plataforma virtual. Metodológicamente el trabajo de campo se ha realizado en Madrid,

en concreto en el multicultural barrio de Lavapiés. Para el trabajo de campo los autores han contado con la colaboración de la Casa de Senegal que permitió la realización de las encuestas y posteriores entrevistas entre sus miembros.

De los resultados del trabajo se destaca la importancia de la iconografía en la interpretación de la realidad, adquisición del conocimiento y representación ideológica de la situación de los inmigrantes senegaleses, en un entorno que los aliena. Por ello los autores se plantean la necesidad de diseñar una plataforma educativa en la que en lugar de emplear el texto escrito, se utilicen iconos reconocibles en una semántica particular de los senegaleses y que permita además llegar a crear un *feedback* de comunicación entre los propios miembros de la comunidad senegalesa, con independencia de dónde se encuentren. Los autores proponen además incluir en esta plataforma servicios de valor añadido que favorezcan la interacción entre ellos y se convierta en una herramienta usable y amigable aproximada a lo que sería su entorno cultural e identitario.

Todas las contribuciones aquí presentadas tienen el valor de representar voces diferentes, plurales e informadas de las diversas formas en que son comprendidos los procesos de comunicación, tanto en el continente africano, como fuera de él. A nosotros como editores nos complace presentarlas ahora en formato abierto y esperamos que este número estimule la reflexión y el debate sobre los procesos de comunicación y África, que consideramos estratégico.