



CIEA7 #26:
MODERNIDADES Y MEDIA.

Txema Santana[◦]

t.santana@guinguinbali.com

Laura Gallego[◦]

l.gallego@guinguinbali.com

Guinguinbali.com:

explorando la comunicación multimedia y multilingüística especializada en África

Una aproximación a lo que serán las redacciones del futuro de los medios de comunicación. Nos acercamos a un medio especializado en África, GuinGuinBali.com, que informa en tres idiomas paralelamente, con la versión original de la noticia y traducciones profesionales. Otra forma de entender la comunicación para subsistir en la era online. Proponemos otra mirada hacia África, sin olvidar la realidad, pero resaltando los aspectos más positivos del continente, potenciando y difundiendo su diversidad cultural. Información de África contada por africanos. Les mostraremos como aprovechar la demanda de los lectores gracias a las redes sociales y el nacimiento de un nuevo modelo de negocio que democratiza los medios de comunicación. Analizamos el momento actual en los medios de comunicación, en el que tenemos una oportunidad en nuestras manos que no debemos perder.

Plurilingüe, Internet.

[◦] guinguinbali.com.

[◦] guinguinbali.com.

GuinGuinBali es un medio de comunicación especializado en el continente africano. Está editado por una empresa descentralizada que mantiene su sede central en las Islas Canarias, en la costa occidental africana, y está abriendo una red de corresponsales que pretende llegar al mayor número de países africanos y a los puntos neurálgicos en los que se producen informaciones que pueden afectar o interesar a nuestros lectores, como París, Londres, Barcelona o Madrid. La información se puede leer en español, inglés y francés, siendo éstas traducidas de forma profesional. En una segunda fase del proyecto, se pretende incluir en la nómina de los idiomas el portugués, para llegar a un mayor número de personas y por su importancia en el continente vecino, aunque nos consta, por la base estadística que acumulamos hasta el momento, que ya se han empezado a sumar lectores en países de habla portuguesa, a los que, por supuesto, le damos la bienvenida y con los que trabajaremos para el desarrollo de la edición en este idioma.

Durante los siguientes minutos en los que presentaremos *GuinGuinBali.com: explorando la comunicación multimedia y multilingüística especializada en África*, intentaremos afrontar el reto de mostrar unas pinceladas de un medio de comunicación que apuesta por las plataformas *multis* en un sector vital para cambiar la imagen del continente. También contactaremos con algunas de nuestras corresponsalías en el continente para que conozcáis a los corresponsales, con la redacción central para que vean el ambiente de trabajo y mostraremos en imagen algunos ejemplos que ilustrarán lo que vamos contando.

LA INFORMACIÓN

La selección de la información para GuinGuinBali.com se realiza desde las corresponsalías en coordinación con la redacción central. Cada corresponsal busca y propone temas importantes para su país y que para los medios de comunicación generalistas, de forma habitual, pasan inadvertidos. No por poco importantes, sino posiblemente por la escasa rentabilidad que ofrece la noticia a su negocio, por falta de espacio o quizás, también, porque en el escenario internacional otras zonas del mundo tienen prioridad histórica frente al continente africano. Todo sea dicho, África es la prioridad cuando de hambre, guerra, canibalismo (aunque parezca mentira) o ritos ancestrales y exóticos a ojos de un occidental frente a un aburrido informativo se refiere.

Precisamente, fue la escasez de información en español lo que nos llevó a pensar en la posibilidad de que GuinGuinBali tuviera un espacio en la red y en el mapa de los medios de comunicación internacionales. Con apenas seis meses de

vida, vamos contrastando y redefiniendo que era lo que faltaba en la red para tener la posibilidad de ofrecer el producto más original posible. Siempre tuvimos claro, por principios, que la información debe de ofrecerse también en su idioma original, en el que la escriben los corresponsales.

En GuinGuinBali.com la selección de información es muy importante, dado que por decisión de la dirección y por ventajas económicas se decidió no tener ninguna agencia de noticias contratada. Tenemos intercambios con algunas agencias de información locales, pero apenas reproducimos sus noticias, sino que la usamos para información, formación y como fuentes. Queremos evitar con esta acción que las agencias de noticias marquen la agenda del medio de comunicación que queremos que sea de los lectores. Subrayamos esto último porque es una parte fundamental en la reformulación de los modelos de medios de comunicación, dado que en vacas gordas, a nuestro juicio, los medios de comunicación generalistas e incluso regionales se alejaron de los lectores. Internet nos da la posibilidad no sólo de acercarnos, sino también de que los lectores sean sujetos activos en la conformación de la agenda de noticias del medio. Es habitual que algún contacto de las redes sociales proponga algún tema específico o recomiende alguna lectura que posteriormente difundiremos.

DOS CASO PRÁCTICOS^{1 2}

Para ilustrar este punto vamos a mostrar dos casos prácticos de la participación ciudadana en la agenda setting de GuinGuinBali. Ambos tuvieron éxito en difusión, las estadísticas lo reflejan.

El primero de ellos: tras una entrevista a una serie de estudiantes africanos en Canarias, pasadas unas semanas, uno de ellos se puso en contacto con nosotros y nos trasladó la preocupación de una familia en su pueblo natal, situado al norte de Senegal, casi en la frontera con Mauritania. Nos contaba que los familiares de un paisano estaban preocupados porque no podían contactar con su hijo, Sata Ndiaye, que había emigrado a España años antes, recalando primero en las Islas Canarias, destino de su cayuco, y posteriormente en Madrid, lugar al que había decidido viajara para ganarse la vida.

Rápidamente nos pusimos en marcha y contactamos con varias organizaciones de africanos en Madrid, algunas organizaciones no gubernamentales que trabaja con la población africana y con algunos contactos que el equipo tenía en la

¹ ¿Conoces a Satana Ndiaye?

http://www.guinguinbali.com/index.php?lang=es&mod=news&task=view_news&cat=2&id=380

² El Delta del Níger sufre en silencio (obligado) los vertidos de petróleo.

http://www.guinguinbali.com/index.php?lang=es&mod=news&task=view_news&cat=2&id=484

capital de España. Publicamos su foto y preguntamos si alguien lo conocía. La noticia se difundió por muchos rincones de la red y recibimos apoyos, pero no pistas de su paradero ni ninguna indicación seria. La involucración de los lectores en esta búsqueda fue importante, pero sin embargo, aún no lo hemos logrado localizar. Desconocemos cuál es su paradero, pero seguimos en ello.

La segunda es más paradigmática, si cabe. Vía twitter, varios lectores nigerianos de GuinGuinBali se quejaban de los continuos vertidos de la Shell en aquel país, en el Delta del Níger. A uno de ellos se le estropeó el coche en medio de un campo con varias explotaciones petrolíferas y comunicó su situación en esta red social: “Con el coche estropeado y viendo el campo contaminado por Shell”. Colgó una imagen y nos pusimos en contacto con él. Nos contó algo más, pero poca información teníamos. Buscamos más en los periódicos de la región nigeriana de la que procedía la queja y en algunos nacionales: No vimos gran información acerca de este tema. Recabamos más y publicamos la situación actual de estos vertidos y las denuncias interpuestas. Publicamos la información en español, inglés y francés y se difundió en la red. Al haber tan escasa información al respecto y, también, al coincidir en el tiempo con el desgraciado vertido del Golfo de México, tuvo bastante relevancia por la injusta y desigual cobertura de ambos vertidos.

La información que llegó vía twitter de un ciudadano al que se le rompió el coche y vio aquel desastre natural, permitió la difusión de una información con la que no contábamos. Saber leer en twitter es una ventaja que los periodistas debemos implementar cuanto antes. Afortunadamente, el Gobierno nigeriano ha puesto una multa, recientemente, el 7 de julio, a esta multinacional que encharcó de petróleo el campo de Nigeria durante los últimos 40 años³.

DIFUSIÓN Y REDES SOCIALES

De hecho, la difusión de nuestro medio de comunicación que a principios de septiembre había alcanzado una cifra de 50.000 usuarios únicos y más de 500.000 páginas vistas, se debe principalmente a las redes sociales. Siempre ponemos el mismo ejemplo, pero consideramos que es oportuno. Internet es como una gran explanada en la que las distintas empresas ofrecen sus productos. Están los que venden zapatos, los que venden viajes de novios, los que reservan hoteles o billetes de avión. Entre ellos, también están los que ofrecen información. Cada uno de ellos conforma un edificio, algunos más grande, otros más pequeños. Algunos son

³ Condenada en Nigeria una multinacional petrolera después de 40 años
http://www.combonianos.com/MNDigital/index.php?option=com_content&task=view&id=3608&Itemid=10

rascacielos y otros humildes casas, como la nuestra, de un solo piso. Los usuarios entran y salen de cada uno de ellos, según la necesidad, pero GuinGuinBali apuesta por volver a la plaza. Por salir cada uno de su pequeño, gran, confortable o no edificio, y salir a la plaza a repartir la información, para llegar al mayor número de personas posibles, incluso a aquellos que, a priori, no estaban interesados pero que han accedido a leer la información, ver un video, seguir un evento o disfrutar de una galería de fotografías. Los usuarios de internet están en la calle y, a veces, las empresas no salen de sus edificios. Los esperan a que vengan.

Las redes sociales son perfectos vehículos para llegar a estas plazas. En las redes sociales se concentra el público objetivo y han sido de vital importancia para llegar a los lectores objetivos, como primer reto, y al público en general, como segundo reto. Ambos grupos de lectores avanzan progresivamente.

EQUIPO MULTIDISCIPLINAR E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Sería injusto hablar de GuinGuinBali, hablar de su equipo, sus correosales sin hacerlo de sus colaboradores. Gente desinteresada y a las que, en ocasiones, nosotros nos hemos acercado, colaboran con GuinGuinBali. Para llevar la información sobre África en tres idiomas más lejos. Se trata de un equipo de personas multidisciplinar, cuyas especializaciones van del Arte a la Filosofía africana y con los que pretendemos completar un equipo que pueda hacer más plural y variada la información, siempre con la originalidad en los cimientos de este proyecto. De este baobab que intentamos que esté bien plantado, para que se sostenga el mayor tiempo posible.

GuinGuinBali publica una media de seis o siete noticias durante la temporada alta de información, entre septiembre y junio, rebajando la cantidad a la mitad en los meses estivales del hemisferio norte, lugar que aporta el mayor número de usuarios al tráfico en internet.

El equipo multidisciplinar, la selección de la información, los correosales y el departamento de producción son los elementos básicos para llevar a cabo cada día la elaboración de GuinGuinBali. Una de las herramientas más importante es la interpretación de datos y estudios que llegan a manos de los periodistas y que, por las mismas razones antes nombrada, no hay tiempo para analizar en los medios generalistas. En GGB hemos hecho un esfuerzo por invertir tiempo en hacer pedagogía sobre algunos aspectos generales de África históricamente distorsionados y también en analizar los datos que ofrecen Universidades, instituciones públicas nacionales e internacionales y organizaciones no gubernamentales en el terreno.

Permiten análisis en profundidad sobre los cambios que se están produciendo, eso sí, la mayoría de ocasiones referidos a regiones en específico o a zonas urbanas del continente.

ÚLTIMA HORA VERSUS CALIDAD Y ORIGINALIDAD

A otro de los dilemas que nos hemos enfrentado durante la creación de GuinGuinBali y en sus inicios, a pesar de que desde un principio se establecían unas bases a seguir, es a la rapidez de la red. Se trata de una apuesta por la prudencia y por la información *elaborada*. Conocemos que la fórmula que funciona estadísticamente en internet es la información de última hora, la velocidad, ser los primeros en llegar y publicar muchas informaciones diarias. Para constatar esto, no hace falta más que ver los principales periódicos de los países que más usuarios aportan a la red y sus noticias más leídas.

Sin embargo, y a sabiendas de ello, como decimos, en GuinGuinBali apostamos por asegurar las informaciones y hacerlas nuestras. Una vez publicamos informaciones que pueden ser relevantes, avisamos a otros medios de comunicación y ayudamos a difundirla, para que el impacto sea mayor⁴. La veracidad y rigurosidad de las informaciones mostradas hasta ahora, hacen que otros medios de comunicación, ya nos reconozcan como *un medio de comunicación especializado en África*⁵ y nos den la credibilidad necesaria para difundir las informaciones usando GuinGuinBali como fuente.

De esta forma, logramos uno de los objetivos de nuestro medio de comunicación que es no sólo comunicar, sino servir de fuente para otros medios que no están tan centrados en el continente africano. Sin convertirnos en una agencia de noticias, pero posibilitando las suficientes bases y documentos para que los medios de comunicación confíen en nosotros. Por ello, reconocemos la importancia de la última hora, pero dado a la velocidad de los competidores y que es una de sus especialidades, nosotros hemos decidido por apostar por la calidad.

EL EQUIPO

El equipo de GuinGuinBali está formado por periodistas con distintas especializaciones para intentar abarcar el mayor número posibles de campos con garantías de calidad. El proceso de selección de informadores en el continente

⁴ <http://www.publico.es/espana/331713/nombre/torero/requisito/espanol>

⁵ <http://www.levante-emv.com/internacional/2010/07/20/carga-policia-marroqui-aiun-salda-30-heridos-espanoles/724176.html>

africano ha tenido como premisa la seriedad y la rigurosidad, así entre ellos están el director de un medio de comunicación en Mauritania, Moussa Samba Sy; el redactor jefe de un grupo de comunicación en Costa de Marfil, Patrice Douh; o el ex corresponsal de Al Jazeera en Marruecos, Anas Ben Salah. Además, hemos contado con informadores en Cabo Verde y Senegal. El instante actual, tras seis meses de vida, GuinGuinBali sigue ampliando la lista de corresponsales en el continente, fijando como prioridad los países anglosajones, Gambia, Nigeria y Ghana.

Por otro lado, ya en el continente europeo, contamos con corresponsales en París, dónde la información más relevante la cubre Brice Payen, ex trabajador de África Infor Market; en La Haya, dónde tenemos a un corresponsal que sigue los juicios a ex dictadores africanos en la Corte Penal Internacional; en Barcelona, lugar del que escriben Gara Santana y Tania Adam; Por otro lado, y dado el interés de los lectores por las informaciones culturales, hemos designado para el territorio español a un especialista en Cultura africana, Carlos Fuentes, y Jesús Ahedo, licenciado en Filosofía y director de la Galería de Arte africano bilbaina, Kalao; También contamos con la colaboración de Rebeca Carrillo, desde Sevilla, que analiza las miradas de los niños de diferentes países africanos y cuenta su pequeña pero importante historia.

Además del equipo oficial, en GuinGuinBali también colaboran el especialista literario Jacobo Valcárcel; el periodista especializado en África Juan Carlos Acosta; o el filósofo y apasionado por el continente africano, Juan Montero. Luna Vives y Javier Acebal han presentado su último trabajo, *Mujeres y Fronteras*⁶, en GuinGuinBali, dónde han ido exponiendo su trabajo realizado acerca de las mujeres emigrantes que parten de Senegal.

INVERSIÓN EN TRADUCCIÓN

Cuando decidimos hacer una relevante inversión en traducción, que cada año ocupará una parte significativa del presupuesto de GuinGuinBali Future, desde otros medios de comunicación nos miraban con estupefacción. A pesar de *nacer* en el mercado español, sabíamos que para informar, al menos, de África con seriedad es necesario entender por lo menos francés, inglés y portugués. A pesar también de los avances en la traducción automática, desde GuinGuinBali queremos mostrar una de las características de la que estamos más orgullosos. Somos internacionales y mostramos la información en tres idiomas traducida profesionalmente. Si todo va bien, como adelanté antes, pronto serán cuatro. Esto conllevará la ampliación de corresponsales a los países de habla portuguesa, que nos interesan por su marcada

⁶ <http://migraciones.ugr.es/mujeresyfronteras/es/recursos.html>

relación tanto con Portugal como con España y por las pertenencias a ambos países de los archipiélagos de la Macaronesia, a excepción de Cabo Verde, que también lo fue en su día.

Pero, como decíamos con anterioridad, a pesar de los avances en traducción automática, en GuinGuinBali creemos que la información periodística y los reportajes que ofrecemos deben de estar bien escritos en sus idiomas y no con los fallos que ofrecen, aún, la traducción automática. Por respeto al idioma y a los lectores que deciden elegir GuinGuinBali por su información.

Desde el inicio de este proyecto pensamos que la tendencia global es a informar al mayor número de personas y que no tiene que haber un idioma que aglutine toda, ni que avance pisoteando los demás. Cada lengua tiene sus riquezas, sus trucos y sus estilos y creemos vital defender la mayor parte posible. Sin embargo, y podríamos estar pecando de incoherencia, no mostramos GuinGuinBali en ninguna lengua africana. Y, ruborizándonos, decimos que lo hacemos por cuestiones económicas y de modelo de negocio, del que hablaremos luego. Les adelanto que las lenguas africanas son tan ricas y tan variadas que, por ahora, no nos hemos enfrentado al reto de asumir ninguna para difundir la información que elaboramos actualmente. No lo descartamos en un futuro, pero primero hay que consolidar la situación económica y hacer que la balanza de gastos e ingresos sea suficientemente positiva para dar este paso. Por otro lado, la mayoría del público al que nos dirigimos entiende o lee alguno de los tres idiomas que ofrecemos, a lo que habría que añadir que, por ahora, al menos, el público que lee GuinGuinBali no está en su mayoría en África. Sólo un 10%. Si la tendencia cambia, estaremos atentos para mutar.

Cada noticia debe ser mostrada en su idioma original.

CAPACIDAD DE CAMBIO

La morfología y la estructura que hemos adoptado en nuestra pequeña corporación responde a la necesidad de cambio continuo que sugiere trabajar en la red. Creemos que en el cambio está la evolución y hay que estar preparado para dar pasos firmes, siempre, eso sí, hacia adelante. Ya decía una popular canción de Mercedes Sosa que todo cambia. Y citándola “lo que cambió ayer tendrá que cambiar mañana⁷”. Y GuinGuinBali estará preparado.

⁷ <http://letras.terra.com.br/mercedes-sosa/37545/>

MODELO DE NEGOCIO

Siendo honestos, administrar un medio de comunicación especializado en África, que se pueda leer en tres idiomas y esté creado únicamente por periodistas accionistas es un proyecto muy ambicioso. Normalmente, son los empresarios los que lideran los medios de comunicación y las cooperativas periodistas escasean a lo largo del globo. Hay algunos casos exitosos, pero ni mucho menos son la mayoría. Normalmente, los medios de comunicación, a pesar de nacer en una época más avanzada y en la era digital, usan modelos de financiación anclados en el pasado, cuando se vivía en exclusiva de la publicidad. Si bien es cierto que la publicidad ha ido avanzando y cada vez se ofrecen targets más especializados y que se acercan más al cliente que antaño. Incluso algunos consiguen interactuar con los posibles futuros clientes. Y, como decíamos, muchos medios usan exclusivamente este medio de financiación.

Por otro lado, la tarta publicitaria a repartir se ha alejado de los medios de comunicación, ya sean impresos o digitales, yendo a parar a otros soportes online como las redes sociales, buscadores y webs especializadas que filtran mejor el público objetivo interesante para el anunciante. Los medios de comunicación han encendido la luz de alarma, e incluso alguno ha retirado sus noticias de Google alegando que le roban usuarios y dinero, vía publicitaria⁸. En este punto nos encontramos con los intereses de tres agentes convergiendo a la misma vez: Los medios de comunicación, los anunciantes y los clientes potenciales (lectores). Para los anunciantes y para los clientes potenciales (lectores), el escenario actual es mejor que el pasado. Los productos que le pueden interesar según su perfil general se encuentra en el lugar que visita según sus hábitos. Por ello, desde todos los altares de los gurús de internet se tiende a una llamada a la especialización de la web para mejorar contenidos y para que sean proyectos rentables. En los medios de comunicación eso conlleva una especialización, ya sea regional, deportivo, económico o de cualquier otra índole. En nuestro caso es africano.

GuinGuinBali.com, desde un principio, ha adoptado un modelo mixto de financiación, con el deseo, como es evidente, de que dure el mayor tiempo posible, recuperemos la inversión realizada y tengamos beneficios suficientes para poder trabajar dignamente en la profesión para la que nos hemos formado, la de periodistas, contadores de historias, al fin y al cabo. Pero aportando un grano de arena, intentando evolucionar. En el caso de GuinGuinBali no vamos sólo a contar historia sino a llevar

⁸ 'Murdoch contra Google News'
http://www.elpais.com/articulo/Pantallas/Murdoch/Google/News/elpepirtv/20091111elpepirtv_4/Tes

la comunicación sobre África más allá. GuinGuinBali tiene la ambición de llevar la comunicación sobre África más allá del periodismo, más allá de la narración de los hechos sucedidos, la recuperación de momentos históricos o el análisis en base a distintas noticias al respecto de un tema. GuinGuinBali quiere que la comunicación especializada en África esté acompañada por otros eventos y actos que consigan que tenga una mayor difusión. Desde la Cultura, el conocimiento y el deporte africano se pueden lanzar muchas ideas positivas hacia el continente, para defenestrar definitivamente la imagen de hambre y pobreza.

Por otro lado, una empresa de servicios de comunicación tiene que estar preparada para ser más que un periódico. Hay que estar lista para comunicar digitalmente, para prestar radiografías sociales a empresas que se pretendan instalar en determinados lugares, información desde el continente africano para actores públicos españoles que destinan recursos económicos a la cooperación internacional o capacidad de difusión de informaciones y eventos a celebrar.

Servicios profesionales tanto a empresas como a instituciones públicas para llevar más allá y de la mejor forma posible la comunicación de todo lo relacionado con el continente africano.

EL FUTURO

GuinGuinBali es una empresa nacida en el presente para vivir en el futuro. Intentamos que el futuro siempre esté lo más cercano posible, sin descuidar el presente, pero con la firme convicción de que estar en la punta de lanza nos va a permitir mutar lo más rápido posible y estar siempre adaptados a escenarios venideros. En la industria de la comunicación online el progreso y la formación es continua, por lo que no podemos dejar de lado estar siempre en constante renovación, pero no de forma vaga, sino aplicando al término todo su contenido literal.

De hecho, en GuinGuinBali la formación forma parte del horario laboral de los empleados.

¿Cómo será GuinGuinBali en el futuro? No lo sabemos, pero estamos seguro de que no será igual que hoy. Nuestra teoría de la comunicación, que aplicamos en GuinGuinBali, como se ha mencionado anteriormente nos ubica en un continuo cambio. Eso sí, aseguramos que no se perderán los principios de unidad, seriedad, rigurosidad y vocación de servicio público con el que nació.

Queríamos mostrarle una pequeña parte de lo que es GuinGuinBali. Mañana no será lo mismo, por lo que, cuando quieran, estaremos dispuestos a volvérselo a mostrar. Y a que colaboren con nosotros en cambiar la negatividad asociada a la

imagen de África en los medios de comunicación generalistas de Europa. Nos gusta África. Nos gusta hablar de África. Y pedimos más respeto para África.