

Cartografía do ciberespazo dixital e indicadores mediáticos da lusofonía

Francisco Campos-Freire*

Xosé Pereira-Fariña**

Resumo

A exclusión das dinámicas da dixitalización e do libre fluxo da información e a comunicación son dous dos principais retos dunha sociedade que hoxe en día deben solucionar as comunidades, os gobernos e os diferentes colectivos empresariais ou sociais. As fendas tecnolóxicas da dixitalización e da infocomunicación teñen unha serie de consecuencias económicas, culturais e sociais que afectan ás relacións entre as distintas comunidades e o resto do mundo. Son aspectos fundamentais, en definitiva, para avaliar o nivel de desenvolvemento mediático dos distintos países, culturas e sociedades.

Seguindo a metodoloxía dos indicadores do desenvolvemento mediático (IDC) formulados en 2008 polo Programa Internacional para o Desenvolvemento Mediático (PIDC) da UNESCO, esta investigación elabora e formula unha cartografía do ciberespazo dixital e da infocomunicación en catro países representativos da lusofonía, como son Portugal, Brasil, Mozambique e Galicia. A elaboración, estudo e análise destes datos forma parte do proxecto de investigación “Lusofonía: interactividade e redes” desenvolvido nos últimos anos polo grupo de Estudos Audiovisuais do Departamento de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela.

Neste traballo recóllense e analízanse os principais indicadores de penetración da Sociedade da Información así como as principais tendencias e prácticas de desenvolvemento mediático nos países lusófonos seleccionados, prestando especial atención ao acceso ás redes dixitais, á tipoloxía de consumo doméstico, aos usos sociais e ás políticas públicas establecidas para superar a exclusión tecnolóxica dixital, propiciar o amplo e libre fluxo comunicativo, a liberdade de expresión, a inclusión mediática e o fortalecemento da capacidade de participación nos procesos de comunicación.

Palabras chave: Sociedade da información, lusofonía, fenda dixital, indicadores de desenvolvemento mediático

* Universidade de Santiago de Compostela - francisco.campos@usc.es

** Universidade de Santiago de Compostela

Abstract

The exclusion of the dynamics of digitization and the free flow of information and communication are two major challenges of today's society must solve the communities, governments and various business or social groups. The digitization technology gap and infomunication have a number of economic, cultural and social issues affecting relations between communities and the rest of the world. These are fundamental issues, ultimately, to assess the level of media development in different countries, cultures and societies.

Following the methodology of Media Development Indicators (MDI) made in 2008 by the International Programme for the Development of Communication (IPDC) of UNESCO, this research develops a digital mapping of cyberspace and infomunication in four representative Lusophone countries such as Portugal, Brazil, Galicia and Mozambique. The development, study and analysis of these data are also part of the research project «Lusofonía: interactividade e redes» unfolded in recent years by the research group Estudos Audiovisuais of the Communication Sciences Department at the University of Santiago de Compostela.

This paper collects and analyzes the main indicators of penetration of the Information Society and the main trends and practices of media development in Lusophone countries selected with particular attention to access to digital networks, types of domestic consumption, to social practices and public policies established to overcome exclusion in the digital technology sphere, promote the full and free flow of communication, freedom of expression and the capacity to participate in communication processes.

Keywords: Information Society, Lusophony, digital gap, media development index.

1. Introducción

Nunha sociedade denominada «da información e do coñecemento», a comunicación adquire un papel predominante. O valor da información é especialmente salientable neste momento xa que, por primeira vez na historia da humanidade, a información sitúase na cúspide do valor dos diferentes mercados mundiais. A información, ben sexa de masas, interpersoal, ou de calquera outro modelo, convertiuse na base dun modelo socioeconómico que transformou o mundo, sen dúbida co apoio dos grandes avances promovidos pola tecnoloxía (Stiglitz, 2006).

Organismos de carácter internacional, coma a UNESCO, sempre mostraron unha preocupación polos desequilibrios que se crean nunha revolución social como a que estamos vivindo. Autores coma Manuel Castells, xa definiron a conexión ou desconexión coas redes como un elemento definitorio do futuro de calquera sociedade (Castells, 2009), polo que é necesario a análise dos indicadores que determinan en cada caso o grao de implicación dunha comunidade cos patróns definidos na Sociedade da Información.

Neste contexto é no que se impulsa esta investigación realizada na Universidade de Santiago de Compostela. Co obxectivo de comprender a situación de catro polos representativos importantes da lusofonía (Portugal, Brasil, Mozambique e Galicia), fíxose unha análise dos principais elementos definidos como fundamentais polo grupo de traballo do Programa Internacional para o Desenvolvemento Mediático (PIDC) da UNESCO. Deste xeito, ponse o primeiro xermolo dun traballo de investigación futuro, máis extenso e amplo, que permitirá coñecer mellor a situación destas dúas realidades cultural e lingüisticamente próximas.

2. Metodoloxía

Na actualidade son varias as propostas metodolóxicas que se utilizan para medir o grao de inmersión dunha determinada comunidade ou colectivo dentro do ideario da Sociedade da Información. Ben é certo que cada unha delas aproxima un enfoque diferente sobre a cuestión do coñecemento, con tres grandes liñas que definen estas lixeiras fronteiras (Pereira, 2006). A grandes trazos, esta aproximación pódese facer a partir da óptica da Sociedade da Información como transformación social; da SI como globalización e nova orde económica; e da SI como o novo reto tecnolóxico que ten a humanidade.

O caso que nos ocupa na actualidade forma parte da visión máis sociolóxica da Sociedade da Información e do coñecemento (Castells, 2000) e nese contexto é onde se enmarca a proposta metodolóxica elixida para facer esta investigación, creada polo Programa Internacional para o Desenvolvemento Mediático (PIDC) da UNESCO no ano 2008, baixo o título de “Indicadores do desenvolvemento mediático (IDC)”.

Esta metodoloxía caracterízase por incorporar unha serie de indicadores que permitan coñecer o grao de desenvolvemento dos ecosistemas de medios nunha determinada comunidade. Os autores desta métrica parten da premisa de considerar aos medios de comunicación — amplo sensu — como pezas fundamentais para as estratexias de desenvolvemento xeral, a pesares da falta de compromiso e recoñecemento por parte da comunidade internacional.

Neste sentido, o propio PIDC establece as causas da necesidade dun traballo como o agora presentado. En palabras do seu presidente, Walter Fust (UNESCO, 2008: 6), “é preciso estalecer unha metodoloxía de indicadores para analizar os principais aspectos da ecoloxía mediática, que permita que os actores dedicados ao desenvolvemento mediático, e en particular os actores locais, diagnostiquen o estado dos medios dentro dun determinado contexto nacional, e evalúen o impacto de desenvolvemento mediático”. Sen dúbida, este instrumento elaborado pola UNESCO serve para guiar o esforzo dos investigadores en comunicación preocupados polo desenvolvemento das sociedades.

Mostra

A mostra escollida para facer esta análise está formada polos casos de Brasil, Portugal, Galicia e Mozambique. A selección destas catro comunidades obedece á súa representación no espazo da lusofonía.

Brasil foi elixido por ser o país lusófono co maior número de habitantes (192 millóns) e por ser o máis representativo do continente americano. Portugal, con dez millóns de habitantes, é o país europeo de orixe e referencia lusófono. Galicia escolleuse por ser unha comunidade española de entroncamento cultural e lingüístico coa lusofonía e tamén pola proximidade intelectual cos autores. Por último, Mozambique foi seleccionado por ser o país lusófono con mais habitantes do continente africano (23 millóns de persoas).

Esta métrica está dividada en cinco grandes bloques. O primeiro deles analiza os sistemas reguladores que xestionan as liberdades e os dereitos de información e comunicación. No segundo, a preocupación xa non é o sistema de garantías, senón a pluralidade e diversidade de medios que operan nun determinado territorio. O terceiro dos apartados pretende medir a responsabilidade dos medios de comunicación dunha comunidade cara os discursos e sistemas democráticos.

O cuarto destes bloques está centrado na profesionalización dos xornalistas e no apoio que reciben dos gobernos e Estados para exercer a súa profesión en liberdade. O quinto, fundamental para esta investigación, céntrase na capacidade das infraestruturas, humanas e técnicas, dun territorio para apoiar medios independentes e pluralistas.

No traballo agora presentado utilizouse especificamente a métrica deste último apartado para elaborar unha cartografía do ciberespazo dixital a partir de indicadores mediáticos nos territorios lusófonos, especialmente o brasileiro, o portugués, o galego e o mozabiqueño.

Neste apartado, o comité de expertos da UNESCO estableceu unha serie de temas de estudo que pretenden definir as posibilidades que ofrecen as novas tecnoloxías para unha mellor comunicación social. Por iso, fixeron unha división de dous grandes temas que son os que marcan a estratexia final de análise. Falamos do estudo da dispoñibilidade e utilización dos recursos técnicos por parte dos medios de comunicación e da penetración dos medios de comunicación en relación coas TICs. Xa máis polo miúdo, os expertos entenden que cada un destes dous tópicos debe servir para comprender o grao de desenvolvemento da relación entre as TICs e os medios de comunicación. É por iso que a proposta da UNESCO establece os seguintes elementos que se resumen a continuación

Área de estudio	Temas principais	Indicadores
Disponibilidade e utilización dos recursos técnicos por parte dos medios de comunicación	As organizacións mediáticas teñen acceso ás instalacións técnicas e modernas para recoller, producir e distribuír as noticias	As/os xornalistas teñen acceso seguro, confiable e economicamente costeable ás TIC, e recibiron a capacitación que necesitan para usalas eficazmente. As/os xornalistas teñen acceso a toda unha ampla gama de material de consulta e arquivo. Os medios comunitarios contan con instalacións técnicas apropiadas para chegar ata as comunidades marxinadas Existen instalacións axeitadas para a publicación e distribución dos medios de comunicación social. As organizacións mediáticas aproveitan sistemas de entrega mediante plataformas múltiples. Os medios públicos, particulares e comunitarios, usan as TIC para lograr que a cidadanía participe.
Penetración dos medios de comunicación en relación coas TICS	Os grupos marxinados teñen acceso a modalidades de comunicación, capaces de usalas	O medio público brinda acceso nacional en termos técnicos O Estado toma medidas positivas para asegurar o alcance xeográfico máximo de todos os medios de difusión Os medios non impresos están accesibles nas comunidades con altos niveis de analfabetismo Os medios ou publicacións comunitarias teñen niveis altos ou crecentes de penetración na súa área de cobertura
	O país ten unha política coherente sobre as TIC que procura satisfacer as necesidades da información das comunidades marxinadas.	Os medios de comunicación social, o goberno e as entidades comerciais colaboran para lograr que as TIC sexan accesibles A política de prezos non exclúe as comunidades marxinadas Existencia dunha política e dunha estratexia de migración dixital

Fonte: Elaboración propia a partir da métrica IDC da UNESCO

Táboa 1: Elementos que compoñen a métrica da UNESCO para analizar a capacidade infraestrutural dos territorios para apoiar aos medios independentes e pluralistas

A partir destes ítems, e seguindo as recomendacións feitas pola propia comisión da UNESCO, fíxose unha análise dos indicadores nos catro países da mostra. Os resultados obtidos son unha aproximación á radiografía da situación dos catro territorios representativos en relación ás políticas de fomento das novas tecnoloxías e dos medios de comunicación, así como da situación na que se encontran os habitantes dos dous países en base ao consumo de medios e de novas tecnoloxías.

3. Dispoñibilidade e utilización dos recursos técnicos polos medios

Unha das grandes preocupacións recollidas na metodoloxía da UNESCO é analizar as posibilidades que teñen os medios de comunicación para utilizar todos os recursos técnicos que se precisen para desenvolver correctamente o traballo de informar. Neste sentido, dentro do seu apartado 5.1, a métrica propón a comprobación do acceso que as organizacións mediáticas teñen ás instalacións técnicas modernas para recoller, producir e distribuír as noticias.

Neste estudo agora presentado analizáronse seis aspectos relacionados co devandito indicador en Portugal, Brasil, Galicia e Mozambique. Estes aspectos implican a análise das posibilidades de acceso e uso que teñen os xornalistas cara ás tecnoloxías da información e da comunicación (TICs), as posibilidades de acceder os xornalistas a contidos informativos a través das novas tecnoloxías, as posibilidades de acceso dos medios comunitarios, a posibilidade dos medios de difundir e distribuír contidos, as posibilidades que teñen as empresas de comunicación para difundir os seus contidos a través de sistemas multiplataforma e os mecanismos que usan os medios de comunicación para fomentar a participación da cidadanía, fundamentalmente a partir das TICs.

Accesibilidade dos xornalistas ás TIC

A definición do indicador da UNESCO pide verificar, literalmente, se “os xornalistas teñen acceso seguro, confiable e economicamente costeable ás TICs, e se recibiron a capacitación que precisan para usalas eficazmente”.

Os escenarios de Portugal, Galicia e Brasil son bastante parellos neste sentido. As fontes estatísticas consultadas nos dous países demostran que as posibilidades de acceso dos xornalistas, e da cidadanía en xeral, ás novas tecnoloxías son aceptables.

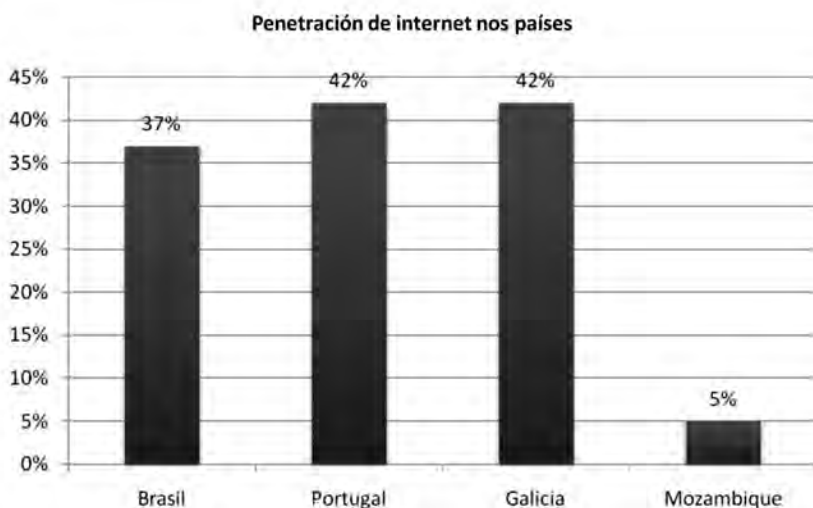
Boa mostra disto son os datos proporcionados polo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), onde se indica que a porcentaxe de persoas conectadas de cote a internet supera o 37% da poboación, e xa existe un importante número de fogares conectados, que chega ao 24%.

No caso de Portugal, as cifras de persoas conectadas son mellores, cunha cota do 42%. Nesta mesma lóxica, os datos de conexión de fogares son tamén máis positivos que os brasileiros, cunha cota que se aproxima ao 39%, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE) de Portugal.

En Galicia, as cotas de penetración sitúanse no 42% de persoas conectadas segundo o Estudio Xeral de Medios do primeiro trimestre do 2010 e con máis do 47% dos fogares conectados a internet, tal e como recollen as estatísticas oficiais do Instituto Galego de Estatística.

Se nos referimos máis concretamente á calidade de conexión, os datos son realmente interesantes. No Brasil, un 80% da poboación que accede desde o fogar faino a través de redes de banda larga, namentras que en Portugal este porcentaxe aproxímase aínda máis á totalidade da poboación conectada, con cifras que superan o 92%. En Galicia, esa porcentaxe sitúase no 80%, nun notable ascenso co paso dos anos.

O caso mozambiqueño é sensiblemente diferente. Os datos de conexión distan moito dos países analizados ata o de agora. Segundo os últimos datos publicados de Mozambique polo Banco Mundial (Halewood, N./Kenny, 2008)¹, a taxa de persoas que usan Internet con frecuencia non acada o 5%, con importantes problemas de cobertura no país, especialmente nos núcleos rurais. Non existen estatísticas fiables sobre a penetración da banda ancha en Mozambique, aínda que as distintas fontes consultadas do Banco Mundial indican que esta tecnoloxía ten unha escasa incidencia no país.



Fontes: IBGE, INE Portugal, AIMC e INE Mozambique.

En relación aos custes de acceso, unha das principais preocupacións da métrica UNESCO, os datos son significativamente dispares. No Brasil, o custe de conexión

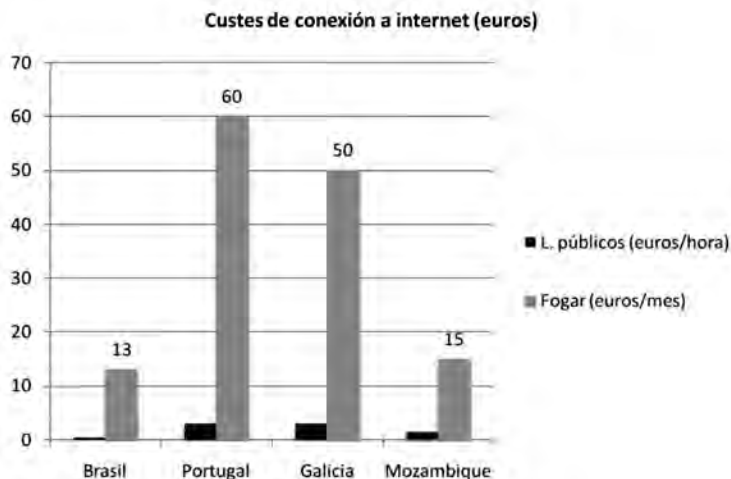
¹ http://www-wds.worldbank.org/external/default/main?menuPK=2823790&pagePK=64193027&piPK=64670051&theSitePK=2721342&menuPK=64187510&searchMenuPK=2823933&theSitePK=2721342&entityID=000333038_20100420020634&searchMenuPK=2823933&theSitePK=2721342

medio por unha hora de conexión nun lugar público non gratuito está en 0,45 euros/hora. No fogar, o custe medio de conexión á banda larga sitúase nos 13 euros/mes. Estes custes son sensiblemente inferiores aos de conexión a internet en Portugal, e por extensión, en Europa. No caso do país luso, os custes de conexión en lugares públicos non gratuítos aproxímase aos 4 euros/hora e a media de conexión á banda larga desde o fogar/oficina sitúase en 65 euros/mes, cunha horquilla entre os 40 euros/mes da conexión máis barata ata os 100 euros/mes, no caso de conexións Premium.

No caso dos cidadáns de Galicia, o custe medio de acceso por hora en lugares públicos non gratuítos está nos dous euros/hora e o custe medio da conexión por banda larga desde o fogar está en 50 euros/mes.

En Mozambique o prezo medio de conexión por hora nos lugares públicos é de 1,5 euros, namentras que o prezo medio de conexión por banda ancha está nos 15 euros/mes para as conexións de 256 Kbps. Se buscamos unhas condicións de acceso equiparables ás brasileiras e europeas (3Mbps) o prezo ascende aos 50 euros mensuais.

Sen dúbida, esta diferenza xustifica a disparidade nas opinións dos brasileiros e dos portugueses. Só un 4% dos habitantes do país americano afirman que non contratan Internet por consideralo demasiado caro, fronte ao 47% dos cidadáns portugueses que si consideran o prezo do servizo como un impedimento real para a conectividade do fogar e o 27% dos cidadáns galegos. No caso de Mozambique non hai estatísticas ao respecto².



Fontes: INE Portugal, IBGE, Terra Brazil, Comité Gestor da Internet no Brasil (CGI), Telecom Brasil, Entidade reguladora para a Comunicação Social-Portugal (ERC), IGE e TV Cabo Mozambique.

² Para facer unha interpretación correcta dos datos, cómpre dicir que a renda per cápita do Brasil é de 9.000 dólares, namentras que a de Portugal é de 23.000 dólares, a de Galicia é de 26.000 dólares e a de Mozambique é de 454 dólares. Fonte FMI e Banco Mundial.

Se ben os datos aportados refírense á totalidade da poboación, demostran un escenario no que os xornalistas teñen unha accesibilidade aceptable ás tecnoloxías da información, agás no país africano, tanto no que se refire ás infraestruturas como no que se refire ao custe das mesmas. Ademais, este indicador tamén demostra as posibilidades que teñen os potenciais usuairos da información en liña para poder acceder dun xeito eficaz ao traballo dos xornalistas.

Os profesionais da comunicación teñen acceso a unha ampla gama de material de consulta e arquivístico

O segundo dos indicadores UNESCO relacionados con este apartado pide a comprobación das posibilidades dos xornalistas para acceder a material de consulta e arquivístico, especialmente das institucións públicas.

Neste sentido, tres dos catro países analizados dispoñen dun acceso sinxelo aos principais datos xestionados polos gobernos. Nestes tres casos, tanto Brasil coma Portugal e Galicia, permiten o acceso gratuíto aos datos estatísticos de referencia, a través dos respectivos institutos oficiais de estatística (IBGE no caso de Brasil e INE no caso de Portugal, e INE/IGE no caso galego). Son bases de datos amplas nas que é posible atopar a información fundamental de cada unha das áreas de coñecemento posible.

Pola contra, o Instituto Nacional de Estatística de Mozambique (INE) ofrece soamente os datos básicos do país, sendo moi reducida a súa base documental para o traballo diario dos xornalistas.

Ademais disto, os sitios web dos principais organismos públicos permiten tamén un acceso a bases de datos singularizadas sobre cada un dos temas dos que son reponsables, aínda que con diferentes niveis de cantidade e calidade da información.

Sen embargo, compre destacar as iniciativas privadas nalgúns dos países analizados, como é o caso do Brasil, que procuran un mellor acceso dos xornalistas ás bases de datos, públicas e privadas. O exemplo máis relevante é, sen dúbida, o da Asociación Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI), un colectivo de carácter privado que baixo subscripción anual de 80 euros, permite aos xornalistas acceder a un sistema completo de bases de datos, especialmente relacionadas coa criminalidade e coas fontes informativas.

Esta asociación é a promotora tamén da creación da lei de acceso á información pública³, unha promesa feita no ano 2002 polo presidente Lula da Silva e que non logrou aprobar no seu mandato. A tramitación desta lei está relacionada directamente con novas propostas que se están desenvolvendo a nivel lexislativo relacionadas coa Lei da Imprensa brasileira (Michener, 2010).

No Brasil, a lei que rixe a comunicación social data do ano 1967 foi elaborada nunha dictadura militar. Ben é certo que no mes de abril do ano 2009, o lexislativo brasileiro aprobou a derogación dunha serie de artigos que penalizaban o labor do

³ Na actualidade, este proxecto está sendo discutido no Senado baixo o título PLC 41/2010, Lei de Acceso á información pública.

xornalista en beneficio do denominado “interés nacional” e establecían os cauces legais para xustificar os diversos tipos de censura. No ano 2009, tras a deregoación destes artigos, a lei 5.250/1967 do 9 de febreiro sigue en activo, aínda que cunha filosofía ben diferente (Efing, 2002: 55-56; Sharlau, 1999).

En calquera caso, a Constitución brasileira do ano 1988 contempla no seu artigo 5, apartados 9 e 23, o dereito dos cidadáns a recibir e difundir información libremente. Sen dúbida, o máis destacable é a redacción precisa do apartado 23 deste capítulo da constitución, onde se indica: “todos teñen dereito a recibir dos órganos públicos informacións do seu interese particular, ou de interese colectivo ou xeral, que serán prestadas no prazo da lei, baixo pena de responsabilidade, reservadas aquelas cun sivilo necesario e imprescindíble para a seguridade da sociedade e do Estado”. Sen dúbida, este artigo evidencia o sentido colectivo que ten para a constitución brasileira o dereito á información (Efing, 2002: 56).

No caso portugués, a Constitución do ano 1976 tamén recolle o dereito individual e colectivo á información nos seus artigos 37-40. Destaca quizais, pola súa proximidade á temática que estamos abordando, o apartado 2 do artigo 38 que garante o “dereito dos xornalistas, en termos que estableza a lei, ao acceso ás fontes de información e á protección da independencia e do segredo profesional, así coma o dereito a elixir consellos de redación”.

Do mesmo xeito, o a propia Constitución establece a necesidade de crear un organismo denominado “Alta Autoridade para a Comunidade Social” ao que lle encomenda a garantía do “dereito á información, a liberdade de prensa e a independencia dos medios de comunicación social fronte ao poder político e económico, así como a posibilidade de expresión e confrontación das diversas correntes de opinión e o exercizo dos dereitos de antena, de resposta e de réplica política”.

No caso galego, a norma básica que regula o acceso dos cidadáns e dos xornalistas á información está marcada polo artigo 20 da Constitución española, onde se recolle o dereito de calquera cidadán a expresar pensamentos, ideas e opinións e sobre todo o dereito a «comunicar ou recibir libremente información veraz por calquera medio de difusión» (apartado D). A constitución española adianta que a lei regulará a cláusula de conciencia e o secreto profesional no exercicio destas liberdades, cousa que non ocorrerá ata o ano 1997 coa aprobación da lei orgánica 2/1997 do 19 de xuño.

No caso mozambiqueño a Constitución do ano 2004 tamén reconece o dereito á liberdade de expresión. Nos seus artigos 48, 49 e 50 a esta constitución plasma os dereitos de liberdades de expresión e información, os dereitos de antena para os partidos políticos, organizacións sindicais e representativas, así como a creación do Consello Superior da Comunidade Social, que ao igual que no caso portugués, é un organismo creado para a consulta e seguridade da independencia dos medios de comunicación no exercicio dos dereitos de información, liberdade de prensa, antena e réplica.

Quizais débese destacar, pola súa importancia, o apartado tres do artigo 48 onde se explica: «A liberdade de prensa comprende, nomeadamente, á liberdade de expresión e de creación para os xornalistas, ao acceso ás fontes de información, á

protección da independencia e do sigilio profesional e ao dereito a crear xornais, publicacións, ou outros medios de difusión».

Como se observa, en todos os casos analizados, as máximas normas xurídicas recoñecen o dereito dos cidadáns, e dos xornalistas especialmente, a acceder ás fontes de información pública que sexan necesarias para o desenvolvemento do seu traballo.

Medios de comunicación de distribución de contidos

Tal e como se desprende do apartado anterior, os medios de comunicación nos catro casos teñen a posibilidade de distribuír e divulgar os contidos que estimen oportunos sen ningún tipo de control administrativo previo. Tanto a lexislación portuguesa como a brasileira, a galega e a mozambiqueña prohiben expresamente calquera tipo de censura administrativa e reserva ao poder xudicial ás decisións que haxa que tomar en cada un dos casos de polémica.

Neste sentido, un dos avances máis importantes da reforma da lei da prensa brasileira do ano 1967 radica no traspaso de competencias do poder executivo ao xudicial. Antes da aprobación da reforma, o executivo tiña potestade para sancionar aos xornalistas apelando á súa condición de informador, con independencia do dano cometido. Agora, coa reforma, os xornalistas que cometan algún delito relacionado coa profesión (calumnia, difamación,) serán xulgados polo poder xudicial atendendo ás correspondentes tipificacións recollidas no código penal e civil do país.

En Portugal, esta situación dase desde a aprobación da Constitución do 1976 e reforzada, de xeito singular, coa Lei da Imprensa 2/99 do 13 de xaneiro. Nesta lei, modificada posteriormente coa lei 18/2003, reafirmase o interese xeral dos medios de comunicación e os dereitos ao acceso e distribución. No seu artigo 3, relacionado cos límites do exercicio da profesión, di: “a liberdade de prensa ten como únicos límites os que se definen na Constitución e na lei, para salvagardar o rigor e a obxectividade da información, garantir os dereitos da propia imaxe, a reserva da intimidade da vida privada, a imaxe á palabra dos cidadáns e defender o interese público e a orde democrática”.

Cousa parella é a que sucede en Galicia, xa que a lexislación española recoñece a liberdade dos profesionais da información. Na actualidade estase celebrando un debate no Congreso dos deputados, que xa leva varios anos, sobre a creación do Estatuto do Xornalista e que serviría para regular, entre outras cousas, o concepto de xornalista e de liberdades asociadas a este título. Este debate trascende as fronteiras lexislativas xa que é un dos elementos de confrontación máis importantes entre os distintos colectivos e asociacións profesionais que están rexistradas no Estado español.

No caso de Mozambique tamén existe unha lei de prensa, a 18/91 do 10 de agosto do ano 1991 que supuxo un fito importante na historia do país. xa que permitiu a pluralidade de opinións e abriu a porta para a creación de medios de comunicación privados e, un aspecto realmente importen, os medios comunitarios. (Miguel J., 2006).

Sen embargo, hai outros indicadores que permiten coñecer o grao de liberdade dos xornalistas á hora de desenvolver o seu traballo. Por exemplo, o informe anual de Reporteiros sen Fronteiras reconece que este país africano garante mínimamente as condicións de traballo dos profesionais. Esta asociación non ten rexistrado ningún xornalista preso ou torturado polo goberno por exercer a súa profesión e sitúa ao país no lugar 82 da lista de 145 países en garantir as liberdades dos profesionais da información.

Non hai, polo tanto, ningún impedimento lexislativo e administrativo para que os medios de comunicación de cada un dos países poidan distribuir e difundir os contidos de calquera condición que sexan.

Multiplataforma e participación da cidadanía

Seguindo coa análise da distribución de contidos, é importante establecer novos patróns que se crean a partir da evolución das novas tecnoloxías. Hoxe xa é posible a distribución de información por plataformas diferentes (radio, TV, impresa, internet, teléfono móbil, ...) dun xeito simultáneo e barato. Ademais, a tendencia actual é que os medios de comunicación fagan esforzos importantes por mellorar a accesibilidade e participación da cidadanía nos procesos de produción informativa, traballando en numerosas ocasións no establecemento de pautas de creación da denominada intelixencia colectiva (Colle, 2002).

Practicamente a totalidade dos medios de comunicación de Brasil, Portugal e Galicia dispoñen de distribución de contidos en multiplataforma. Diversos estudos realizados en varios países, entre eles Brasil, Galicia e Portugal (Barbosa, 2007, 2008; Lopez et al, 2006; López e Pereira, 2010; Machado, 2006; Machado et al, 2008) confirman a preocupación dos medios de comunicación por conseguir cotas maiores de participación social.

Nunha recente investigación realizada na Universidade de Santa Catarina (Brasil) e dirixida polos profesores López e Machado⁴ e con resultados que van ser publicados en breve, establécese que os medios de comunicación brasileiros teñen unha estrutura fundamentada na xestión de bases de datos (máis ou menos avanzada) que procuran un maior grao de interactividade entre os xornalistas e os usuarios, os usuarios e os xornalistas/medios de comunicación, e entre os propios usuarios que utilizan as posibilidades dos medios para conformar unha serie de conexións interpersonais.

Froito desa investigación, na que se analizaron en profundidade os xornais brasileiros Globo.com.br, e Diario.com.br (Diario catarinense) e os españois elpais.com

⁴ Esta investigación enmárcase dentro dos proxectos financiados polo Ministerio de Educación denominados “Evolución de los cibermedios españoles en el marco de la convergencia - Arquitectura de la Información (CSO2009-13713-C05)” e “Convergencia digital den los medios de comunicación — Medios (SEJ2006-14828-C06)”. Tamén ten relación co proxecto financiado pola Xunta de Galicia denominado “Tendencias na converxencia dos medios de comunicación en Galicia 2007-2010 (PGIDIT07PXIB212149)” e cos proxectos de colaboración España/Brasil, denominados *Periodismo en Internet: Un Estudio Comparado de los Cibermedios Brasil / España* con referencia PHB2006-0005 y PHB2006-0049, financiado por CAPES/DGU e TA; e *Jornalismo Digital em Bases de Dados*, do CNPq.

lavoze galicia.es descubriuse que existe xa unha estreita relación entre os cibermedios e os usuarios. No estudo afirmase que son poucos os medios aínda que fixeron un esforzo importante para establecer mecanismos activos que permitan participar activa e sistematicamente no proceso de documentación, produción, circulación e consumo da información, pero si que existe unha preocupación xeralizada nos demais medios para non renunciar a satisfacer as inquéndanzas interactivas dos usuarios.

Todos se preocupan por fomentar a interactividade, ben a través do acceso a partes do sistema de datos (“Eu-Repórter” de *oglobo.com.br* ou Cuéntalo tú», de *lavoze galicia.es*) ou ben fomentando a difusión da información a través de mecanismos externos, xa existentes, e con grande éxito, como as redes sociais e o Twitter.

No caso portugués ocorre algo semellante. Estudos recentes (Silva, 2006; Borges, 2008; Pinto, 2007) confirman a mesma preocupación dos xornais portugueses por atender as novas demandas dos usuarios. Practicamente a totalidade dos medios de Portugal fan importantes esforzos por acadar as maiores cotas de participación cidadá, especialmente na distribución e difusión da información. Existen, ao igual que noutros países coma España, algunhas reticencias a introducir a participación cidadá dentro das rutinas completas na produción da información (López e Pereira, 2010). Exceptuando casos concretos, a maioría dos medios prefiren recibir as aportacións dos usuarios, facer un proceso de comprobación e verificación, para logo decidir a súa posible difusión (Boczkowsky, 2004).

Non ocorre o mesmo no caso de Mozambique, onde os medios de comunicación online non dispoñen de practicamente ningún destes servizos. Nos principais medios mozambiqueños (*O País, Jornal Notícias, Canal Moz e All Africa*) o único recurso utilizado é o dos comentarios por parte dos usuarios.

4. Grupos marxinados e acceso a modalidades e medios de comunicación

Outro dos aspectos que analiza a métrica IDC da UNESCO é o referido ao acceso aos medios e modalidades de comunicación dos grupos marxinados. Dentro do apartado cinco da métrica e incluído baixo o paraugas temático da penetración da prensa, os medios de difusión e as novas tecnoloxías, a metodoloxía propón un estudo da relación entre os medios públicos e os grupos minoritarios, a creación de medidas positivas para a difusión das informacións destes grupos, a accesibilidade dos medios non impresos para persoas con analfabetismo e a penetración dos medios comunitarios.

Medios públicos e participación das minorías

Falar de medios públicos implica unha contextualización previa, especialmente no caso de Brasil. Este Estado americano tivo unha traxectoria singular no referido aos medios de titularidade estatal, especialmente nos casos da radio e da televisión.

Así como na maioría dos países se estableceron mecanismos de creación de televisión e radio públicas nos albores da tecnoloxía, alá pola década dos anos 50, no caso brasileiro non foi ata o ano 2007⁵ cando se crea a denominada EBC, Empresa Brasil de Comunicação.

Esta é unha iniciativa pública que, como os seus responsables definen, «foi creada para cubrir unha lagoa no sistema brasileiro de radiodifusión co obxectivo de implantar e promover os canais públicos, aqueles que, pola súa independencia editorial, distínguense dos canais estatais ou gubernamentais»⁶. A EBC está formada por dúas canles de televisión (TV Brasil e TV Brasil Internacional), pola axencia de noticias, Agência Brasil e por nove emisoras de radio que cubren algunhas das partes máis poboadas do país americano (Brasilia e Río de Janeiro, especialmente).

No ideario de todos estes medios figura explicitamente o especial interese que se debe ter pola información que afecta ás minorías do país e que agrupan a numerosos colectivos (indíxenas, pobreza, infancia,). Polo tanto, desde a creación de estes medios de comunicación, o Estado brasileiro garante a accesibilidade dos menos favorecidos aos medios de comunicación. Esta garantía vese reforzada pola novas tecnoloxías, xa que cada un dos medios nomeados anteriormente siguen as pautas de participación definidas no apartado anterior. Como medios de recente creación, foron concebidos xa coa filosofía da distribución multiplataforma, a xestión de bases de datos e o fomento da participación cidadá.

No caso de Portugal, a creación dun servizo de televisión público foi feita no ano 1957, acorde co acontencido na maioría dos países europeos. Desde os seus inicios, tanto a radio coma a televisión pública incluíron nas súas actas consitutivas o compromiso de atender con especial atención ás minorías, facendo fincapé no público infantil e xuvenil. Por iso, na programación das dúas canles da Radio Televisión Portuguesa (RTP) ofrécese ventás nas que se abordan contidos relacionados coas minorías, promovendo o acceso das mesmas a esta canle de difusión informativa.

En Galicia, a radio televisión pública comezou as súas emisións no ano 1985⁷, catro anos despois de ser aprobado o Estatuto de Autonomía, que reconece o dereito de Galicia e ter medios de comunicación en lingua propia. Hoxe en día, en Galicia operan catro canles de televisión televisiva en aberto (TVG, TVG2, Galicia TV Europa e Galicia TV América) así como dúas frecuencias radiofónicas (Radio Galega e RG Música). Seguindo as pautas da televisión europea, a televisión e a radio públicas galegas teñen unha preocupación especial para recoñecer o acceso das minorías á canle de difusión.

No caso de Mozambique, existe unha emisora de televisión pública denominada TVM (Televisão de Mozambique) que comezou a operar oficialmente a partir do decreto 19/94 do ano 1994. As primeiras imaxes en movemento chegaron ao país africano no ano 1979 e non foi ata vinte anos despois cando todos os cidadáns do

⁵ Ratificada pola Lei 11 652/2008.

⁶ <http://www.ebc.com.br>. Consultado o 8/10/2010.

⁷ Tras aprobarse a súa creación na lei 9/1984 do 11 de xullo, a TVG comezou a emitir o 25 de xullo do ano 1985.

país tiveron acceso á TV, xa que entre os anos 1994 e 1999 a televisión pública só emitía en Maputo.

A partir do ano 1999 a TVM comezou a emitir en satélite e a crear unha serie de centros territoriais que lle permiten achegar os contidos dun xeito máis preciso a toda a poboación mozambiqueña, fundamentalmente, aínda que tamén do resto de países africanos. No seu ideario, a TVM fai referencia constante ao seu valor como medio de cohesión do país e da democracia, facendo especial referencia ao seu papel de colaborador necesario con organizacións socais e relixiosos na promoción de iniciativas cara a educación cívica e a desactivación de comportamentos anti-sociais.

Hoxe en día, e a través dunha seire de alianzas internacionais (Televisa, Portugal Telecom...) estableceu unha grella de programación máis ou menos estable nas diferentes canles de televisión que operan no país africano.

O mesmo ocorre coa radio pública, Radio Mozambique, que comparte, na súa esencia, o mesmo ideario que a TVM, ao igual que a Agência de Informação Mozabique (AIM).

Medidas dos estados para a maior difusión

Con anterioridade xa quedou patende a importante aposta que fixo o Estado brasileiro por aumentar os mecanimos de difusión pública dentro do país. O feito mesmo de que os medios públicos se creasen no ano 2007 é un claro síntoma da necesidade que existía de promover unha canle non comercial que atendese as demandas da poboación brasileira.

No caso de Portugal, este compromiso por mellorar os medios de difusión plásmase en dous aspectos. O primeiro deles ten que ver co propio servizo público da RTP, xa que no propio contrato de concesión de dereitos de antena ao servizo público dise que é obriga da cadea “asegurar a adopción de tecnoloxías, técnicas e equipamentos que proporcionen a mellora da calidade e eficiencia do servizo público de televisión”, que tamén se pode facer extensivo á radio⁸.

En segundo lugar, a preocupación do goberno luso pola mellora constante da difusión tamén queda patente na creación da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) a través da lei 53/2005. Unha das obrigas deste organismo é a de asumir as competencias na regulación e supervisión dos medios de comunicación, o que implica o fomento da mellora dos mecanimos de recepción, nomeadamente nestes tempos, de todo o proceso de dixitalización e alta definición.

Estas dúas iniciativas son os alicerces fundamentais sobre os que se sustenta toda a política lusa para a mellora da difusión dos contidos informativos para a poboación.

A estes condicionantes políticos compre engadirlle a propia estrutura social que existe en cada un dos dous territorios. O grao de uso das novas tecnoloxías, como vimos con anterioridade, é unha variable que aínda ten recorrido. Se ben a penetración de Internet non acada aínda as cotas propias dos obxectivos da Sociedade

⁸ <http://ww1.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missao.php>. Consultado o 8/10/2010.

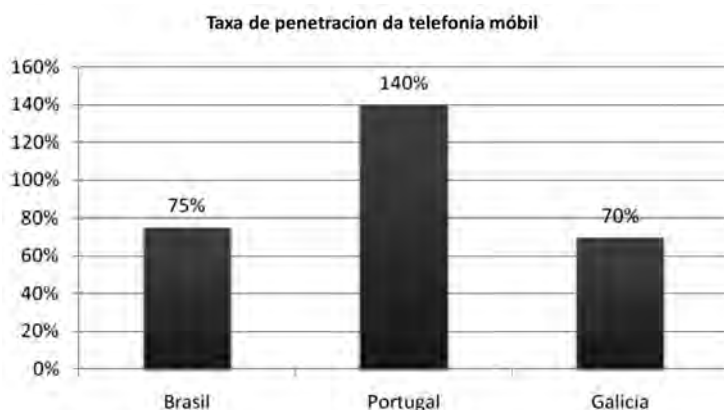
da Información, si é certo que hai usos de tecnoloxías menos complexas que obteñen uns resultados de penetración na poboación moito máis altos. Falamos, por exemplo, do caso da telefonía móbil. Os datos estatísticos son claros ao respecto: un 75% dos brasileiros teñen un dispositivo móbil e case a metade dos cidadáns portugueses dispoñen de máis dun teléfono móbil, cunha cota de penetración do 140%.

Unha situación moi parecida é a que ocorre en Galicia, cunha clara aposta dos distintos gobernos dos últimos anos por mellorar o condicionamento técnico de recepción dos medios de comunicación, tamén dentro do contorno da dixitalización e a HD, fundamentalmente a través da Televisión Dixital Terrestre (TDT).

Do mesmo xeito, diversos plans dos últimos cinco anos estableceron unha serie de políticas claramente vencelladas á ampliación das zonas de cobertura da banda larga (ADSL, Cable WIMAX) e á mellora das coberturas televisiva en todo o territorio galego (Pereira, 2010). Ao igual que no resto dos países europeos, a penetración de tecnoloxías que xa son un alicerce fundamental para a mellor recepción dos contidos informativos, como é o caso da telefonía móbil, ten unha porcentaxe que ronda o 70%, segundo os datos do Instituto Galego de Estatística.

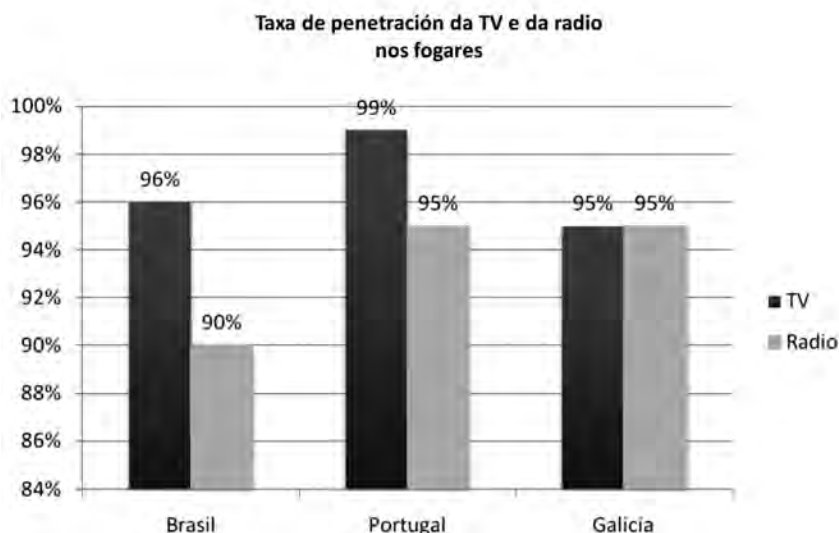
En Mozambique tamén se detecta unha clara aposta do goberno pola mellora das infraestruturas de comunicación do país, aínda que os datos demostran que estes esforzos están orientados á creación e non á consolidación, como ocorre nos outros tres casos analizados. A través de organismos públicos, como a Comisión para a Política Informática, creada no ano 1998, ou o Instituto para a Comunicação Social (ICS), os distintos gobernos pretenden divulgar e alfabetizar aos cidadáns na política dixital e, no caso do ICS, na formación dos xornalistas.

Sen embargo, estas política teñen un freo tecnolóxico que nalgunhas ocasións é insalvable, como a escasa cobertura da telefonía móbil (apenas cubre a capital e as principais cidades do país) ou as dificultades de acceso da poboación á telefonía fixa, que se ven moi acrecentadas se falamos das posibilidades de acceso a internet (Williams, 2010).



Fontes: EBGC, INE Portugal, IGE.

Estas políticas en Brasil, Portugal e Galicia — en Mozambique en menor medida- garanten o acceso aos medios, especialmente non impresos, da poboación con dificultades para a comprensión escrita. Os datos de penetración da televisión e da radio nos fogares brasileiros, portugueses e galegos son esclarecedores. No referido á televisión, en Portugal practicamente todos os fogares teñen televisión (97%), o mesmo que ocorre no Brasil, con unha porcentaxe do 96% e que en Galicia, cun 95%. A radio, como é habitual nos demais países dos respectivos entornos, ten unha penetración un pouco menor, que en ningún caso baixa do 90 %. Lamentablemente non existen estatísticas actualizadas e contrastables sobre a penetración da TV e da radio nos fogares mozambiqueños.



Fonte: IBGE, INE Portugal e IGE.

Medios comunitarios: políticas e TIC

O último dos indicadores deste apartado proposto pola métrica IDC de UNESCO relaciónase directamente coa participación dos denominados medios comunitarios na comunicación de cada unha das comunidades. A propia UNESCO non define claramente o concepto «medio comunitario», pero interpreta baixo esta denominación a aqueles nados polo interese dun colectivo, non empresarial nin público, que pretende crear canles de información dunha serie de acontecementos e temáticas de especial interese para a comunidade (Buckley, 2008: 21).

Nalgunhas lexislacións, como pode ser a española ou a portuguesa, os medios comunitarios sempre estiveron considerados como plataformas «alternativas» que con frecuencia -especialmente nos medios audiovisuais- operan en réxime de ilegalidade sen ter posesión da perceptiva licenza obrigatoria para retransmitir a través das ondas herzianas, ben sexa radio ben sexa televisión.

No caso español, que afecta necesariamente a Galicia, no ano 2010 produciuse un cambio importante coa denominada Lei Xeral da Comunicación Audiovisual (Lei 7/2010 do 21 de marzo) que por primeira vez reconece aos denominados medios comunitarios. No seu artículo 32.1, a lei indica que as entidades privadas que teñen consideración legal de entidades sen ánimo de lucro poderán prestar servizos de comunicación audiovisual sen ánimo de lucro para atender as necesidades sociais, culturais e de comunicación específica de comunidades e grupos sociais, así como fomentar a participación cidadán. A propia lei recorda que todas estas actividades requiren da previa autorización administrativa, elemento este que provocou unha polémica no sector. En Galicia existe unha agrupación, sen entidade xurídica, denominada Rede Galega de Radios Libres Comunitarias.

No caso brasileiro e portugués existen unha casuística parecida definida, nos últimos anos, por unha puxa constante entre goberno e medios comunitarios sobre a súa importancia para a sociedade e as normas lexislativas de cada país que regulan a distribución de contidos, especialmente no espazo radioeléctrico.

O caso de Mozambique é especialmente singular. O goberno actual, e tamén en certa medida os anteriores, reconecen o papel fundamental dos medios comunitarios e estableceron unha serie de políticas activas de fomento e desenvolvemento deste tipo de comunicación. O feito mesmo da produción de contidos colectivos supón para o país africano unha saída de interese xeral para lograr que a comunicación trascenda á maioría do territorio.

O propio Instituto Nacional de Estatística mozambiqueño establece unha peculiar análise sobre as horas de difusión emitidas polas radios comunitarias no país. Estes datos indican que no ano 2008 difundíronse 116.000 horas de programación radiofónica nacida en medios comunitarios, fronte ás 95.000 horas emitidas polas radios públicas e as 93.000 horas emitidas polas radios privadas. Sen dúbida, estes datos dan mostra do poder dos medios comunitarios no país africano⁹.

Autocomunicación interpersonal e social

No ecosistema mediático actual non só hai que contar cos medios tradicionais senón tamén coas novas ferramentas e instrumentos de comunicación persoal e de autocomunicación social dos cidadáns. O sociólogo español Manuel Castells (2009) clasifica o ecosistema dixital en tres categorías: sistemas de comunicación persoais (teléfono móbil e correo electrónico), medios de autocomunicación (blogs e redes sociais) e medios de comunicación tradicionais (prensa, radio e televisión).

As tecnoloxías da información e a comunicación, grazas a Internet, multiplican e aceleran as posibilidades das comunicacións interpersoais e permiten aos cidadáns e ás organizacións en xeral intervir directamente nos fluxos da comunicación social masiva, no espazo reservado ata hai pouco aos medios de comunicación de masas tradicionais. Así, amplíase, multiplícase e frágmentase o ecosistema mediático

⁹ Máis información en <http://www.ine.gov.mz/>

pasando dos medios de comunicación de masas tradicionais do pasado á masa de medios deste século XXI (Campos, 2010).

Esa matamorfose do proceso mediático esixe precisar e distinguir os conceptos de información, comunicación e xornalismo. A información é a mensaxe e a comunicación a relación cos usuarios e a sociedade. Non se pode confundir a comunicación coa información — informar non é comunicar, apunta Dominique Wolton (2010) — nen tampouco son o mesmo que o xornalismo, que é a transformación profesional da información en comunicación responsable.

Nesa ampliación do espazo comunicativo entra unha nova categoría informativa que se empeza a denominar conversación social, é dicir, a relación e información deliberativa e interpelativa que flúe a través dos blogs e redes sociais (autocomunicación). Ese fluxo comunicacional non é xornalismo a pesares que en algún momento se lle quixo dar o apelativo de xornalismo cidadán. É unha relación informativa pero non de carácter profesional. A distinción é importante porque é —ou debería ser— a base da garantía da calidade, da independencia e da responsabilidade. O xornalismo é unha mediación profesional responsable —sometida a normas organizativas, deontolóxicas e éticas— establecida para a regulación da garantía do proceso informativo.

Este novo espazo de comunicación abre unha fronteira de posibilidade de expresión para os cidadáns á marxe das grandes estruturas profesionais dos medios e organizacións informativas tradicionais. Para elas representa unha ameaza na perda do peso do poder mediático e unha oportunidade para fortalecerse como auténticos intérpretes especializados de calidade para a comprensión da complexidade.

Para os cidadáns, organizacións e sociedade en xeral supón tamén unha oportunidade e un reto. Unha oportunidade porque ensancha a cancha da liberdade de expresión e un reto porque estende a dimensión da responsabilidade profesional e organizacional a tódolos usuarios das novas tecnoloxías e ferramentas da comunicación. Como produtores e receptores tódolos usuarios da autocomunicación social debemos preocuparnos agora tamén da transcendencia da nova pegada dixital.

O ciberespazo dixital

A dimensión, conformación, alcance, utilización e accesibilidade do ciberespazo dixital é outra das cuestións angulares da actual sociedade da información e o coñecemento. A corporación pública británica de medios e servicios audiovisuais BBC difundía na súa páxina Web do 18 de marzo de 2010 un resumo estatístico dimensional da seguinte magnitude: usuarios de internet no mundo 1.872.898.894, envío de correos electrónicos nesa mesma xornada 148.950.000.995, blogs escritos nese día 316.977 e buscas en Internet 1.589.958.332. Os datos son cuantitativamente impactantes pero a reflexión cualitativa lévanos a dar outro paso máis para indagar sobre a súa orixe, fluxo, transcendencia, procedencia, diversidade e utilidade social.

O mapamundi das tecnoloxías da información e das novas redes de comunicación ten moitos brancos, grandes fendas e importantes asimetrías. Se endemos a estatística non tanto como instrumento de contabilidade senón como ferramenta

crítica da economía política para a coesión da diversidade global, temos que recoñecer a dificultade de atopar os fundamentos suficientes para a delimitación do ciberespazo dixital no que se inserta o concepto da lusofonía. É dicir, ausencia de fiables fontes estatísticas homoxéneas e distintos niveis de desenvolvemento mediático no ámbito da autocomunicación.

Non hai un censo global fiable de blogs e moito menos unha segmentación lingüística por países. Os estudos globais máis aproximativos e continuados (Technorati e Blog Census) coinciden na preponderancia do inglés pero non se poñen de acordo no saldo total ao rexistrar a primeira fonte un total de 120 millóns de blogs e a segunda (producida polo National Institute for Technology and Liberal Education) soamente 2.869.632 bitácoras activas. Esta última fonte rexistra 80.509 blogs en español, 71.561 en portugués, 83.950 en francés e 1.970.3666 en inglés.

Os estudos de seguimento do Grupo de Investigación de Novos Medios da Universidade de Santiago de Compostela teñen identificadas outras diversas fontes que rexistran 200.000 blogs na blogosfera española, arredor de 50.000 bitácoras en Portugal e preto de dous millóns en Brasil. Hai moitos agregadores, directorios e rankings que duplican rexistros e non recollen a totalidade dos mesmos, o que dificulta sobremaneira a sistematización e filtraxe científica.

O Grupo de Novos Medios contabilizaba en Galicia en 2009, a partir de tres agregadores, un total de 9.505 bitácoras pero só 2.375 foran actualizadas no último mes, o que resalta a necesidade dun permanente filtro de contabilización dos blogs en uso e desuso. A comunidade de *bloguers* en lingua portuguesa (Blog.com.pt) e weblog.com.pt, dous agregadores de Portugal, rexistraban 9.671 e 2.364 blogs en 2010. O agregador Africator contabiliza en 2010 uns 4.722 blogs, 53 deles en Mozambique, 34 en Angola, 20 en Cabo Verde e 2 en Guinea Bissau.

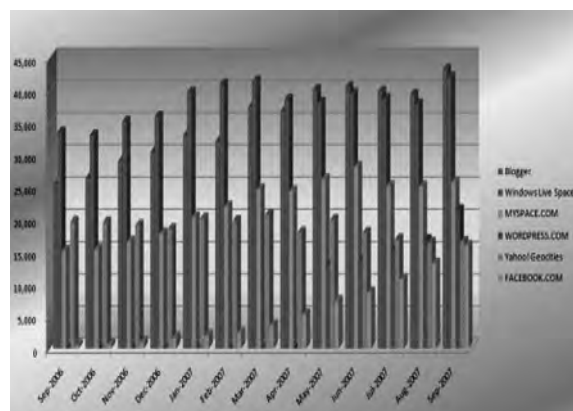
Posa súa parte, Brasil é un fenómeno singular na expansión das redes sociais porque rexistra case un 90% de penetración sobre perto dun 40 por cento da conexión a Internet da súa poboación. Outra característica singular brasileira é a preponderancia da rede social Orkut fronte a Facebook. A terceira rede social en crecemento é Twitter.

REDES SOCIAIS EN BRASIL					
Total visitantes (000)	Promedio minutos	Visitante	Promedio de páxs. por visita	Promedio de visitas visitante	Visitantes 2008 total (000)
Total Internet Persoas: 15+	37,527	1,561.0	2,109	58.0	26.211
Redes sociais	36,059	252.6	585	32.4	
Orkut	29,411	275.8	657	35.8	20.752
Windows Live P.	12,529	5.5	12	3.7	
Facebook.com	8,887	29.3	55	6.6	360

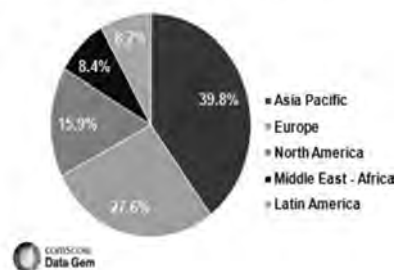
(Cont.)					
Total visitantes (000)	Promedio minutos	Visitante	Promedio de páxs. por visita	Promedio de visitas visitante	Visitantes 2008 total (000)
Twitter.com	8,621	31.8	44	7.5	
Formspring.me	3,638	34.8	57	9.0	
Sonico.com	1,711	10.0	15	2.9	2.978
Ning.com	1,570	6.4	10	2.4	
LinkedIn.com	1,471	10.7	26	2.6	
Multiply.com	1,349	3.6	5	1.6	
Vostu.com	1,130	2.2	2	1.7	

Fonte: comScore Media Metrix, agosto 2010

Apenas hai datos da presenza das redes sociais nos países africanos porque continentalmente a penetración de Internet tamén é baixa e diversa. Segundo a mesma fonte de Media Metrix, en 2007 África apenas chegaba a 50.000 usuarios. A penetración de Internet nese continente en agosto de 2010 era do 8,4% fronte ao 38,9 de Asia, 27,6% de Europa, 15,9% de Norteamérica e 8,2% de Latinoamérica.



Share of Global Internet Audience by Region
Source: comScore Media Metrix, August 2010



O crecemento das redes sociais en Portugal é tamén constante pero a tendencia das mesmas tampouco é semellante á de outros países iberoamericanos nos que Facebook ostenta o liderato. Neste caso a rede global líder ten por diante a Hi5 e a Windows Live.

REDES SOCIAIS EN PORTUGAL			
Media (000)	Set-2008	Set-2009	%
Total audiencia Internet	3,665	3,816	4%
Redes sociais	2,585	2,992	16%
Hi5.com	1,986	2,329	17%
Windows Live Profile	N/A	1,225	N/A
Facebook.com	113	639	463%
MySpace Sites	267	289	8%
Orkut	170	256	50%
Twitter.com	26	249	842%
Netlog.com	204	244	19%
Badoo.com	8	238	3,018%
Windows Live People	N/A	218	N/A
Deviantart.com	94	156	67%

Fonte: comScore World Metrix, setembro 2009

Os datos cuantitativos dispoñibles sobre os blogs e as redes sociais non aportan base estatística suficiente para establecer unha axeitada comparanza xeolusófona da emerxencia deste novo fenómeno dos medios de autocomunicación. Sobre eles hai moita información dispersa pero poucas estatísticas consolidadas. Aquí seguimos a fonte de Media Metrix (comScore) pola súa alta homoxeneidade occidental pero profunda debilidade no detalle africano, que responde á tendencia simplificadora da mercadotecnia da consultoría global, que integra aos mercados continentais de Africa e Oriente Medio, dúas realidades económicas ben distantes sen embargo.

Nesta aproximación cartográfica ao ciberespazo da lusofonía no se pode botar de menos a preponderancia das linguas en Internet. Tirando das estatísticas de Internet World Stats destaca na quinta posición o portugués con 82,5 millóns de usuarios, despois do inglés, chinés, español e xaponés. Máis aló deste reconto cómpre analizar tamén a importancia das novas ferramentas da comunicación (buscadores, agregadores de contidos, redes sociais, etc) e da colaboración virtual con respecto á produción de contidos (Wikipedia) e aos respectivos posicionamentos ciberlingüísticos.

O número de artigos por linguas que produce a economía da colaboración para a Wikipedia reflicte, pola súa parte, o peso ciberlingüístico do inglés sobre o resto dos idiomas nunha fonte básica de coñecemento como é a devandita enciclopedia virtual. Son datos que merecen a atención para medir a diversidade lingüística e cultural a través de Internet e das novas ferramentas dixitais de comunicación (Paolillo, Pimienta, Prado e out, 2005). Outra importante aportación metodolóxica nesta

mesma liña amparada pola UNESCO corresponde á investigación e publicación de “Douze années de mesure de la diversité linguistique sur l’Internet: bilan et perspectives” de Daniel Pimienta, Daniel Prado e Álvaro Blanco (2009). A importancia estratéxica da diversidade ciberlingüística retrátase a futuro diante de África para representar e conservar un crisol de 2.000 linguas autóctonas.

Entradas da wikipedia por linguas (2008)

Anglais	2 259 431	23,078%
Allemand	715 830	7,312%
Français	629 004	6,425%
Polonais	475 566	4,857%
Japonais	472 691	4,828%
Italien	418 969	4,279%
Néerlandais	413 325	4,222%
Portugais	363 323	3,711%
Espagnol	337 860	3,451%

Fonte: Pimienta, Prado e Blanco (2009)

5. Políticas sobre as TIC

A métrica proposta polo IDC de UNESCO inclúe un último apartado relacionado coa política de cada estado sobre a procura de satisfacer as necesidades da información das comunidades marxinadas.

Se ben é certo que a metodoloxía se centra especialmente nas comunidades non integradas, tamén resulta de interese o análise das políticas dos estados co conxunto da cidadanía. Neste sentido, a UNESCO propón unha análise sobre as estratexias dos gobernos para mellorar a accesibilidade da poboación ás TICS, a política de prezos e a estratexia de alfabetización dixital.

Estratexias de mellora da accesibilidade e migración dixital

Brasil leva xa unha década caracterizándose por unha serie de estreteixas que pretenden unha alfabetización de toda a poboación en tecnoloxía dixital, con especial atención á accesibilidade.

Neste sentido, no ano 1995 creouse o Comité Gestor de Internet no Brasil, un organismo que ten como obxectivo fundamental coordinar as políticas que permitan un despliegue de internet por todo o país, con atención a aspectos de accesibilidade, seguridade,

A través dunha serie de organismos adscritos, coma o registro.br, o cert.br, o cetic.br o ceptro.br ou o w3c.br, establécense políticas dirixidas especialmente a promover a accesibilidade dos cidadáns brasileiros.

Ademais disto, o goberno de Brasil aproba liñas de axudas que fomentan a conectividade dos fogares e a compra de equipamento informático, tanto de hardware coma de software. Así pois, Brasil abandeira as políticas mundiais do software libre e establece plans de axuda moi competitivos para a compra de equipamento informático de baixo custe.

Brasil establece, pois, tres camiños para mellorar a accesibilidade da cidadanía, especialmente dos colectivos marxinados. O primeiro, fundamentado na promoción dos baixos custes de conexión, cunha rede pública gratuíta importante, pero sobre todo marcando criterios para a conexión de pago. O segundo, a través de organismos que xestionan as posibilidades de acceso de internet ao fogar e ao centro de traballo e, por último, a creación dunha política de fomento do software sin licencia privativa e do hardware de baixo custe.

As políticas portuguesas neste sentido son sensiblemente diferentes. No contexto dos países europeos, Portugal establece unha serie de estratexias máis relacionadas coa mellora das infraestruturas que coa promoción da accesibilidade. Por iso, Portugal presume de ser un dos países coa mellor calidade de conexión, conseguindo que as empresas concesionarias da prestación de servizo ofrezan calidades de conexión moito máis ambiciosas que outros países próximos, como é o caso de España. Se ben os custes son máis caros ca no Brasil, Portugal é tamén un dos países onde a conexión doméstica e profesional é máis barata, tal e como indican os datos do Eurostat. Portugal é tamén un dos territorios onde hai unha maior penetración da televisión por cabo, que normalmente trae aparelado o acceso a internet por banda ancha (un 26% segundo o INE Portugal).

Neste sentido, o goberno luso non fai unha política clara en favor do software libre e da compra de equipamento a baixo custe, aínda que isto non é un obstáculo para a execución de accións relacionadas coa alfabetización dixital, a través, por exemplo, do equipamento informático nas escolas de todo o país.

Unha situación bastante próxima é a que sucede en Galicia, tamén marcada polo contorno da Sociedade da Información na Unión Europea. Existe unha clara estratexia pública para fomentar a chegada de novas tecnoloxías, como os servizos integrados a través do cable (TV e internet) que se realizan a través do operador local R, así como establecer unha serie de departamentos do goberno autonómico encargados de vixiar e fomentar o acceso da poboación galega aos recursos da Sociedade da Información, como é o caso do Observatorio da Sociedade da Información e da Modernización de Galicia (Osimga), creado no ano 2010 e herdeiro dunha serie de departamentos e fundacións dedicadas ao mesmo fin en anos anteriores.

6. Conclusións

Esta primeira aproximación á cartografía do espazo dixital e aos indicadores mediáticos da lusofonía revela aspectos de interese relacionados co grao de compromiso dos xornalistas, dos estados, das empresas de comunicación e dos cidadáns co ideario principal da Sociedade da Información: interconectividade, coñecemento e desenvolvemento.

Despois da investigación realizada cómpre destacar catro aspectos fundamentais, a xeito de conclusións.

O primeiro deles relaciónase coas posibilidades que teñen os xornalistas, e por extensión as empresas de comunicación, para traballar nun contorno favorable de posibilidades legais, sociais e tecnolóxicas. En todos os casos estudados comproboouse que a democracia e a lexislación positiva que garante os dereitos fundamentais para a profesión do xornalista, nomeadamente o dereito de libre expresión, permite que o os xornalistas poidan traballar con toda a liberdade que lle permite a sociedade de cada país. En ningún caso dos analizados se detectou problemas legais que impidan o desenvolvemento do traballo, como puidera ser a censura previa ou mesmo as condeas polo uso da opinión libre.

Xa máis en relación coas novas tecnoloxías, esta investigación demostra que nos casos de Brasil, Portugal e Galicia, os diferentes gobernos conseguiron que calquera xornalista traballe nun contexto de amplas posibilidades tecnolóxicas -conectividade, cobertura, tecnoloxía avanzada-, onde os usuarios e os profesionais da información comparten contornos que se superan a media mundial de accesibilidade aos contidos a través das novas tecnoloxías. Caso diferente é o de Mozambique, con graves problemas de infraestruturas que impiden un desenvolvemento pleno destas posibilidades, aínda que se detectan importantes esforzos para tentar superar esta situación.

Os medios, tamén responsables desta situación actual, crearon unha serie de estratexias que buscan a maior satisfacción dos cidadáns, ben a través da participación e da interactividade, ben mediante unha oferta informativa baseada na recuperación e contextualización de datos de actualidade e da memoria.

O usuario, pola súa parte, tamén é consciente do seu grao de responsabilidade e acepta de xeito moderado, pero constante, a inclusión das novas tecnoloxías na súa vida. Exceptuando a Mozambique a causa do xa explicado, o consumo que fan os cidadáns das novas tecnoloxías camiña con firmeza cara a universalidade.

A segunda das conclusións establécese ao redor das garantías que debe buscar o Estado para satisfacer as demandas informativas de todos os públicos, especialmente dos grupos marxinados. Aínda que falar de grupos marxinados se poida confundir cunha masa social uniforme, o certo é que cada país ten na súa cidadanía matices certamente importantes que provocan estratexias políticas diferentes. Tódolos países analizados coinciden en que hai grupos marxinados máis ou menos comúns, como a infancia e a muller, pero hai outros colectivos máis singularizados,

coma os mutilados de guerra no caso de Mozambique ou as persoas de pobreza extrema que preocupan no Brasil.

En todos os casos, os distintos gobernos optaron polo modelo de crear medios de comunicación públicos que atendan estas necesidades. Se ben é certo que existen diferencias importantes, como por exemplo que a televisión pública do Brasil non ten cinco anos de vida fronte á portuguesa que xa cumpriu os cincuenta anos, en todos os casos os medios de comunicación públicos procuran crear espazos específicos para estes colectivos.

Os medios comunitarios en Brasil e Portugal non teñen un trato especial por parte das diferentes políticas, feito que tamén sucedía en Galicia ata este ano, 2010, onde por primeira vez unha lei recoñece a súa existencia e aplica unha regulación. En Mozambique, sen embargo, os medios comunitarios son o elemento fundamental que artella a comunicación social do país, con máis horas de emisión que os propios medios públicos. Isto confirma as vellas teses da Escola de Frankfurt que definía aos medios sociais como elementos fundamentais para fomentar o compromiso cidadá coa súa sociedade. O grao de desenvolvemento dos países analizados é inversamente proporcional coa existencia de medios sociais, que nos casos como Portugal, na actualidade é practicamente testimonial.

O terceiro dos aspectos a ter en conta é a dificultade de trazar unha cartografía aproximativa do ciberespazo da lusofonía tanto pola asimetría das realidades xeolinguísticas como da falla de estatísticas confiábles sobre as novas ferramentas e redes de comunicación. Este aspecto non está estritamente enfocado no catálogo de indicadores de desenvolvemento mediático, porque a emerxencia do fenómeno das novas redes é posterior á fase da súa primeira elaboración. Pero esa circunstancia non é óbice para que non deba ser abordado e estudado máis a fondo para buscar os puntos de converxencia que agora non son posibles pola debilidade das fontes e recursos ata agora producidos.

O cuarto dos aspectos salientables da investigación radica nas estratexias dos distintos gobernos para fomentar a implantación e uso das novas tecnoloxías, medido en tres aspectos clave: intencionalidade das políticas, custes e alfabetización/migración dixital. En todos os casos detectouse unha intencionalidade clara, máis ou menos intensa, de todos os gobernos por lograr unha maior rede de infraestruturas, unha maior alfabetización dixital e unha mellora da calidade de vida dos cidadáns.

As estratexias dos casos estudados son diferentes. Namentas que Mozambique e Brasil fan esforzos importantes por abaratar os custes de conexión e fabricación de hardware e software non licenciado, Portugal e Galicia traballan no camiño da mellora dos servizos «premium», coma a maior velocidade ou a incorporación de valor engadido aos servizos. Se ben é certo que as economías destes dous países permiten que os cidadáns poidan pagar mensualmente entre 50 e 100 euros pola conectividade no fogar, é responsabilidade destas sociedades marcar as pautas que establezan os umbrais da Sociedade da Información e do Coñecemento. Iso ocorre tanto nos indicadores tecnolóxicos, coma nos da produción de contidos xa que é nestes países

onde se desenvolvem as experiencias máis avanzadas de mellora da participación dos cidadáns no consumo de medios de comunicación, seguidos, e moi de preto, pola nova economía emerxente que xa se consolida en Brasil.

Bibliografía

- Barbosa, S. (2007) *Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos* (Tese de Doutoramento), en: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf
- Barbosa, S. (2008) *Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração*, en: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf.
- Boczkowski, P. (2004) 'The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsroom' en *Journal of Communication*, 54, p. 197-213.
- Borges, F. (2008) *Feedback na comunicação organizacional interna : estratégias de comunicação das organizações geograficamente dispersas*, Tese de doutoramento. USC.
- Buckley, J. (2008) *Community Broadcasting: Good Practice in Policy, Law and Regulation*, Maputo: UNESCO.
- Campos Freire, F. (2010) 'Los modelos de gestión de las empresas mediáticas', *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 16. pp. 13-30.
- Castells, M. (2000) 'Toward a Sociology to the Network Society' in *Contemporary Sociology* Vol. 29 Nº. 5. Sept 2000, Washington: American Sociological Association, pp. 693-699.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial.
- Colle, R. (2002) *Explotar la información noticiosa — Data minning aplicado a la documentación periodística*, Madrid: Universidad Complutense.
- Efing A. (2002) *Bancos de dados e cadastro de consumidores*, Sao Paulo: Editora Revista dos Tribunais.
- Halewood, N. Kenny, CH. (2008) 'Young People and ICTs in Developing Countries' en *Information Technology for Development* V14, I2, Primavera 2008, pp. 171-177.
- Jané, T. (2004) 'O papel das rádios comunitárias na educação e mobilização das populações para os programas de desenvolvimento local em Moçambique' en *Anuario Internacional de Comunicación Lusófona* 2004 V2. N1. pp 177-190.
- López X.; Toural, C.; Pereira, X. Barbosa, S (2009) 'Bases de datos: herramientas básicas para otro periodismo posible', en *El Profesional de la Información*, vol. 18, nº3, 2009.
- López, X., Gago, M., Pereira X. (2006) *Sistemas digitales de información*. Madrid: Pearson.
- López, X., Pereira, X. (2010) *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: USC.
- Machado, E. (2006) *Jornalismo digital em base de dados*, Florianópolis: Calandra.
- Machado et al (2008) *O Jornalismo digital no Diário.com.br: modelos de produção de conteúdos no Diário Catarinense, On-line*. En http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com_k2&view=item&id=150:o-jornalismo-digital-no-di%C3%A1riocombrmodelos-de-produ%C3%A7%C3%A3o-de-conte%C3%BAdos-no-di%C3%A1rio-catarinense&Itemid=22.
- Michener, G. (2010) *The Surrender of Secrecy: Explaining the Emergence of Strong Access to Information Laws in Latin America*, Tesis de doutoramento dispoñible en <http://gregmichener.com/Dissertation.html>.
- Miguel, J. (2006) 'Televisão em Moçambique: que espaço público?' en *Anuario Internacional de Comunicación Lusófona* 2006 V4. N1. pp. 9-29.
- Namburete, E. (2003) 'A Comunicação Social em Moçambique: da independência à liberdade' en *Anuario Internacional de Comunicación Lusófona* 2003 V1. N1. pp. 25-38.
- Pereira, X. (2006) *O Sector audiovisual e a sociedade da informacion en Galicia: situación e perspectivas*, Tese de doutoramento USC.

- Pereira, X. (2010) 'As industrias culturais en Galicia e a internet' en *O capital da cultura. Unha achega ás industrias culturais de Galicia*, A Coruña: Fundación Caixa Galicia.
- Pinto, M., Sousa, H. (Edt) (2007) *Casos em que o jornalismo foi notícia*, Braga: CECS
- Pimienta, D., Prado, D., Blanco, A. (2009) *Douze années de mesure de la diversité linguistique sur l'Internet: bilan et perspective*, París: UNESCO.
- Paolillo, J., Pimienta, D., Prado, D., e outros (2005) *Mesurer la diversité linguistique sur Internet*, París: UNESCO.
- Scharlau, T. (1999) 'Nova lei de imprensa no Brasil', en *Razón y Palabra*, N° 14, Ano 4, Maio-Xullo 1999.
- Silva, A. (2006) *Os Diários Generalistas Portugueses em papel e online*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Stiglitz, J. (2006) *Cómo hacer que funcione la globalización*, Madrid: Taurus.
- UNESCO (2008) *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*, Disponible en liña en <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102s.pdf>.
- Williams, M. (2010) *Broadband for Africa. Developing backbone communications Networks*, Washington: World Bank.
- Wolton, D. (2010) *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica*, Barcelona: Gedisa.