

Medios “alternativos” y redes sociales: entre el peligro y las oportunidades

Por: Enric Llopis. Rebelión. 04/12/2016

“Escribimos sujetándonos el hígado o estrechándonos el corazón”, afirmaba el periodista y pedagogo, aragonés y anarquista, Ramón Acín, asesinado por el bando fascista en agosto de 1936 en las tapias del cementerio de Huesca. La frase encabeza el anuncio de la cooperativa promovida por el periódico de investigación, debate y análisis en catalán La Directa. En 2017, esta iniciativa de periodismo transformador y autogestionario cumplirá 11 años, y cuenta ya con más de 2.000 suscriptores. En 2016 ha dado un paso al frente: se ha convertido en una cooperativa de usuarios, con más de 200 personas y entidades asociadas. La Directa surge de los movimientos sociales de la ciudad de Barcelona, y poco a poco fue enraizándose en los Països Catalans. En 2011 lanzó la edición digital. En 2014, pasó de semanario a quincenal. Ahora, la constitución de la cooperativa “servirá para profesionalizar el trabajo periodístico y abrirse a la comunidad de lectores y escritores”, destaca Maties Lorente, quien colabora desde hace dos años en el periódico y forma parte del equipo de coordinación. La Directa no se financia mediante subvenciones. De hecho, más del 80% de los ingresos proceden de los suscriptores; para evitar servidumbres empresariales, el quincenal tiene un tope del 15% para los ingresos publicitarios, que actualmente se sitúan en torno al 8%.

Con este soporte, ánimos y recursos, ¿qué importancia revisten las redes sociales para esta publicación “alternativa”? “Han permitido en los últimos años que se multiplique el efecto del trabajo periodístico”, subraya Maties Lorente. Los números avalan esta afirmación: La Directa cuenta con más de 50.000 seguidores en Facebook y otros 61.000 en Twitter. Y la página Web, con 300.000 visitas mensuales. Además las redes sociales son uno de los principales canales por el que los lectores acceden a la Web. Twitter es una vía muy rápida e inmediata de información, “pero también tiene sus riesgos”, advierte el periodista de La Directa en las jornadas “Joves, activisme, comunicació y Xarxes”, organizadas por Acció Cultural del País Valencià en el Centre Octubre de València. Aunque llegue a la gente más movilizada y genere muchos de los discursos mediáticos, “sólo el 56% de los usuarios de Internet dispone de un perfil en Twitter; mientras que en Facebook el porcentaje se eleva al 88%”. Pero estas cifras no le restan relevancia al papel. El

proyecto de La Directa continúa pivotando en torno a las suscripciones en papel, sin el cual no podría realizarse la difusión digital. Y en una estructura de nueve personas, que coordinan la vasta red de colaboradores (el trabajo de coordinación es el que por el momento se remunera). Hay riesgos añadidos que se derivan de las redes sociales: limitarse al titular y el “click” fácil, “en el que no exista reflexión ni periodismo de fondo”, explica Lorente. Otra ventaja de las redes sociales “es que nos ayudan a salir del gueto”.

En marzo de 1982 nació Radio Klara, como emisora libre y libertaria de la ciudad de Valencia. Los inicios de Radio Klara se sitúan en la planta primera de un edificio recién construido, por una de cuyas ventanas –la de la cocina- asomaba un cable. No quería ser una emisora marginal. Fue objeto de cierres e incautaciones, hasta que a principios de los años 90 se convirtió en una radio “legal”. El libro publicado en 2012, de Sergi Durà, que conmemoraba el 30 aniversario de Radio Kara recuerda que los estudios fueron cerrados y precintados en, por lo menos, tres ocasiones. Ya en 2016, pueden seguirse por Internet o por el 104.4 de la FM programas como “Lliure Directe”, “Comentarios y Música”, “Mujeres Libres”, “El club de los amigos del crimen”, “Klartelera” o “La poesía es un arma cargada de futuro”. “Nunca hemos sido sectarios”, afirma Josep Fuster en las jornadas organizadas por Joves de ACPV. Recuerda que actualmente tienen participación –en las diferentes franjas de la parrilla- el conjunto de partidos de la izquierda.

La emisora se financia a través de las cuotas que pagan los presentadores de los programas y, en una pequeña porción, subraya Josep Fuster, por las aportaciones publicitarias. “Pero no de El Corte Inglés”. “La mayoría –salvo algún caso excepcional- somos amateurs; por tanto, no podemos hacer lo mismo que los medios de comunicación ‘profesionalizados’”. ¿Las redes sociales? “Nos vienen bien para cuestiones informativas”. En Facebook está operativo el Club de Oyentes de Radio Klara. A lo largo de la Historia, desde antes del feudalismo, la comunicación mediática se ha revelado como un proceso vertical. “Las redes sociales permiten una cierta horizontalidad en la información”, apunta Josep Fuster, “comunicar sin filtros y sin pasar por las agencias de noticias”. Es el paso de la información generada en la calle (“lo que te cuentan por ahí”) a Twitter, Facebook y las páginas Web. “Mucha gente ya no tiene que recurrir a El País o El Mundo”, valora el comunicador. En el caso de Radio Klara, la audiencia ya no se limita a 30-40 kilómetros de la emisora: “Desde Alaska o Madagascar nos pueden escuchar por Internet”. Emplazada en el centro histórico de Valencia, esta radio comunitaria no se plantea grandes hitos, audiencias masivas e ingente publicidad. Pero precisamente

esa contención “nos ha salvado de una posible crisis”.

Ràdio Terra se define por cinco rasgos: un proyecto de comunicación popular, en el ámbito de Països Catalans, autogestionada, profesional y de periodismo social. En 2014 surge en Reus -como entidad sin ánimo de lucro- la Associació per la Comunicació Popular als Països Catalans, que impulsará la iniciativa radiofónica. El 11 de septiembre de 2014 empiezan las emisiones de Ràdio Terra, con el apoyo de cerca de 400 socios, la participación de cien periodistas voluntarios y más de una veintena de medios de comunicación de Cataluña, el País Valenciano y Baleares. Entre los medios colaboradores figuran “Pilota Veu”, “Ràdio Arrels”, “Apunt.Info”, “Associació Ciutadana i Comunicació” (ACICOM), “Contrainfo.cat”, “La Veu del País Valencià”, “Ona Mediterrània” y “Ràdio Matarranya”. La radio emite por Internet. La noción de “redes sociales” puede llamar a equívocos. “No sólo se trata de Facebook y Twitter, también designa a quienes estamos en esta mesa”, advierte Xavier Milian, periodista de Ràdio Terra y colaborador de La Directa. El problema es que en ocasiones la herramienta se convierte en un fin (aparecer en las redes), y los periodistas modifican los “mensajes” a la caza de los impactos. Otras veces “la información no es de suficiente calidad o puede que resulte interesada”. Además, Google opera como un potente selector de contenidos. “Si alguien busca ‘Valencia’ aparecerán en primer lugar las referencias de El País o El Mundo, no las de Radio Klara o Ràdio Terra”.

Xavier Milian equipara lo que sucede en Internet a los mecanismos del kiosco tradicional, donde unos periódicos se colocan a la vista y otros pasan inadvertidos. Pero la Red también ofrece oportunidades: abarata costes de producción, distribución y, en definitiva, de la información; el “mensaje” alcanza a una audiencia mucho mayor. Recientemente Ràdio Terra ha abierto un canal de Telegram, para favorecer una relación más directa entre emisor y receptor. Además, cuando la emisora requirió dinero para adquirir los equipos, consiguió 12.000 euros en donaciones, de Cataluña, el País Valenciano y Baleares a través de Internet. No sucede con la radio, que se caracteriza por la velocidad y la inmediatez, pero en los periódicos de papel hay huecos informativos entre dos números; y las redes sociales constituyen una herramienta para cubrirlos. Un claro ejemplo es la difusión al minuto de los episodios de Can Vies. También las “redes” permiten que se alargue la vida útil de los contenidos; por ejemplo, difundiendo la información más de una vez durante la semana o con los Podcast en la radio. Tradicionalmente, en la prensa de papel, se quedaba en las hemerotecas... Pero más allá de las tecnologías, “hay una degradación cada vez mayor de la profesión periodística, en nuestro medio no hay

nadie que cobre”.

Fuente: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=219642>

Fotografía: tercerainformacion

Fecha de creación

2016/12/04