

<https://info.nodo50.org/Auge-de-los-nuevos-medios.html>



Auge de los nuevos medios alternativos

- Noticias - Noticias Destacadas -



Suponen una forma de construir la realidad libre de las convenciones e intereses de los medios tradicionales

Fecha de publicación en línea: Miércoles 9 de enero de 2013

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

Es difícil poner fecha exacta a la aparición de los medios ‘alternativos’; algunos de ellos llevan incluso décadas. En la actualidad, la arquitectura abierta que han ido adquiriendo algunos espacios en Internet y el desarrollo de licencias libres, hace más fácil el surgimiento de nuevos proyectos comunicativos. Este artículo pretende poner de relieve por qué los medios alternativos, tanto los pioneros como los más recientes, son una alternativa real y ética al periodismo inmediato sujeto a intereses comerciales.

Es difícil poner fecha exacta a la aparición de los medios ‘alternativos’; algunos de ellos llevan incluso décadas. En la actualidad, la arquitectura abierta que han ido adquiriendo algunos espacios en Internet y el desarrollo de licencias libres, hace más fácil el surgimiento de nuevos proyectos comunicativos. Este artículo pretende poner de relieve por qué los medios alternativos, tanto los pioneros como los más recientes, son una alternativa real y ética al periodismo inmediato sujeto a intereses comerciales.

“La verdad es que la gente todavía quiere los contactos vecino a vecino, pero las formas tradicionales de hacerlo no encajan en la vida que la gente está viviendo hoy en día, y ahí radica el éxito de los medios alternativos”

Antonio Martínez Velázquez

Aún sigue habiendo debate sobre cómo denominar a estos medios. La etiqueta de alternativos podría explicarse como “el distanciamiento respecto al modelo mediático hegemónico y su superación política de la mano de políticas rupturistas, antisistémicas y contrahegemónicas” [1]. Pero más importante que el cómo denominarlos, es la predeterminación con

la que han surgido: para democratizar la información y, por tanto, como espacios de crítica organizada al capitalismo.

Recordando a las radios piratas que sobrevivieron a la censura emitiendo desde aguas internacionales, los medios alternativos siguen superando obstáculos de todo tipo. La privatización del espacio radioeléctrico y la concesión de licencias al mejor postor por parte de las Administraciones, son algunos de ellos. En el último año y medio, una buena cantidad de proyectos comunicativos han aparecido para ofrecer información que ha sido silenciada debido a intereses empresariales o políticos y para devolver al periodismo su dignidad. Así pues, además de ser espacios para el replanteamiento crítico de los propios medios de comunicación, apuestan por la contrainformación para vigilar a los poderes políticos e higienizar la democracia.

Inteligencia colectiva

Los medios alternativos ven la elaboración de información como algo inherente a una comunidad que comparte ciertas ideas y sensibilidades. De hecho, muchas veces son tildados de “poco objetivos” por presentar una clara ideología anticapitalista. Pero, la noción de que el periodismo esté vinculado a una comunidad ideológica no implica su descrédito, de hecho “puede ser tan valioso como el viejo modelo de objetividad, si se aborda con rigor y respeto a la verdad” [2].

La creación de un medio alternativo puede darse de distintas formas: puede ser puesto en marcha por un medio tradicional, puede ser iniciativa de ex-integrantes de los medios de comunicación comerciales, o puede ser construido por personas o colectivos ajenos al periodismo. En la realidad, estas categorías no se producen de manera estanca, sino que se dan modelos híbridos en los cuales podemos encontrar una interesante mezcla entre periodistas –profesionales o estudiantes– y ciudadanas que deciden pasar de ser meras receptoras de información a

adoptar un rol más activo dentro del proceso comunicacional. Así se convierten en nuevos sujetos revolucionarios llamados Emirec [3], donde el receptor es también emisor, y viceversa. Esta visión de colectividad en la construcción de los medios alternativos es imprescindible porque empodera a la ciudadanía y ofrece una nueva vía, alejada de intereses lucrativos, para conocer lo que pasa en el mundo, además de que reconoce el conocimiento o experiencia de la comunidad que lo produce. Asimismo, se están creando redes de cooperación entre estos medios alternativos donde no sólo se comparten contenidos sino que la sinergia se materializa al compartir un mismo fin. En este contexto se establece una agenda setting desde y para la ciudadanía, que reta, de alguna manera, el monopolio de los medios comerciales.

Sostenibilidad social

Se suele decir que un medio alternativo no es sostenible porque no es “rentable”. Normalmente, un medio alternativo de ideología anticapitalista no se apoya en un modelo de financiación a través de la publicidad ni acepta donaciones externas, para no poner en entredicho su independencia. Desde esta perspectiva, no habría nada más que discutir. Según Alfonso Gumucio, son pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo externo: “Casi todas tienen el respaldo económico de instituciones de la sociedad civil”, dice en su libro *Haciendo olas: comunicación participativa para el cambio social*, después de constatar que las cincuenta experiencias retratadas dependen de aportes económicos externos.

Pero, ¿qué es rentable? Si partimos de la idea de que la principal diferenciación entre los medios privados comerciales y los medios alternativos comunitarios es que estos últimos no persiguen fines lucrativos, sino culturales y educativos, igual de importante que la sostenibilidad económica, serán otros tipos de sostenibilidad. Alfonso Gumucio añade a la ecuación dos tipos más de sostenibilidad: la institucional, la que tiene que ver con el marco legal existente, un importante condicionante para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, ningún proceso de comunicación comunitario puede ser sostenible si no cuenta con el respaldo de la comunidad, como ya se ha dicho. Este tercer aspecto de la sostenibilidad consiste en representar, tanto en la programación como en la política informativa, las aspiraciones de su audiencia. Esto será lo que garantice su permanencia en el tiempo y su consolidación. La sostenibilidad de un medio alternativo pasa por la apropiación del proceso comunicacional en todos sus aspectos: organizativos, culturales y lingüísticos, y todo ello, en un contexto de fuerte homogenización cultural. Podría decirse, que los medios comunitarios tienen un papel muy importante en la defensa del derecho a la lengua y a la cultura, y eso, ¿es rentable? Es imposible responder esta cuestión; tal vez, la pregunta debería ser: ¿Se puede poner precio a la cultura?

Una comunidad, multitud de experiencias

“Creo que es precisamente esta explosión de la comunicación en el ámbito local la que hace de los medios ciudadanos herramientas para el fortalecimiento de la democracia”

Clemencia Rodríguez

A pesar de la proyección global que proporciona a un medio el hecho de estar alojado en Internet, la mayoría prima el desarrollo de contenidos de ámbito local. Esto no quiere decir que despreocupen la información que se da lejos de donde se asienta el medio en concreto, todo lo contrario. Tratan de interpretar la realidad desde una visión amplia de temas, pero enfatizando las causas y consecuencias que los medios comerciales muchas veces tratan como algo ajeno. En este sentido, puede destacarse el movimiento del 15M como desencadenante de la puesta en marcha de diversas experiencias de comunicación participativa que atienden a estas características.

Por ejemplo, el periódico Madrid15M [4], es un medio de comunicación realizado y financiado por las asambleas populares de Madrid, a partir de un proyecto presentado por la Asamblea de Villaverde. El objetivo, según sus creadores, consiste en contrarrestar lo que consideran “una visión muchas veces interesada” sobre el movimiento.

El 26 de mayo de 2011 nace Ágora Sol Radio [5] para informar sobre el movimiento y lo que sucedía en las plazas. Esta radio muestra una orgullosa herencia de las radios comunitarias que ya se abrían paso incluso cuando Internet no era una alternativa viable para la emisión de contenidos; por ello, actualmente, colabora con otras radios libres. Y en televisión, Toma la Tele [6], aparece como un espacio de unión de diferentes grupos relacionados con el audiovisual para poner en marcha un canal de televisión propio.

Otro hecho relevante que se ha dado hace bien poco, fue el cierre del periódico Público en plena crisis económica, lo cual derivó en Máspublico que se ha acabado transformando en La Marea, cuyo nombre fue elegido por la audiencia y las trabajadoras de la cooperativa. También surge la revista Mongolia [7], con algunos colaboradores cercanos a Público y una forma desenfadada de analizar la realidad. En el ámbito de Internet, surge Karmacracy [8] que es una herramienta que posibilita evaluar la relevancia de los enlaces que sus usuarios comparten en las redes sociales de forma divertida y gratuita. También Fixmedia.org, donde cualquier ciudadano puede hackear la cadena de valor de las noticias para abrirlas al escrutinio público. Así, cualquier persona podrá reportar errores y aportar ampliaciones a las noticias de cualquier sitio online. Y estos son solo algunos de los ejemplos, pero hay muchos más. En definitiva, los medios alternativos tienen poder para construir la realidad, oponiéndose a las convenciones y representaciones de los medios tradicionales, de una manera activa, crítica y, sobre todo, propositiva. La naturaleza de todos estos medios es actuar en red, con la ciudadanía y entre ellos, y esto los convierte en una tecnología social que transforma el flujo de información en movimientos sociales, o lo que es lo mismo, en comunidades activas.

[1] Roig, Gustavo (2006). ¿Por qué un "medio alternativo" es un medio alternativo?

[2] Martínez, Antonio (2010). Formas de producción de información de los medios digitales y su impacto en los ciudadanos

[3] Aparici, Roberto (2011). Principios pedagógicos y comunicacionales de la educación 2.0. Revista digital La Educ@ción, nº 145

[4] <http://madrid15m.org/>

[5] <http://agorasolradio.blogspot.com.es/>

[6] <http://www.tomalatele.tv/web/>

[7] www.revistamongolia.com/

[8] <http://www.karmacracy.com/>