

HACIA UN MODELO ALTERNATIVO DE PERIODISMO

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
**DIAGONAL, LA DIRECTA
LA MAREA Y EL DIARIO.ES**

Albert Fabregat Bernal

al133467@uji.es // alfaber37@gmail.com

Tutor: David Hernández Beltrán

Grau en Periodisme - Universitat Jaume I

Curs 2013-2014



“Frente a los que sólo buscan ser competitivos motivados por el éxito y el lucro, los medios alternativos pretenden una oferta comunicativa de mejor calidad, al servicio de algo mucho más determinante que la mera rentabilidad económica: hablamos de la posibilidad de construirnos como personas y sociedades libres”. (AYALA RAMÍREZ, 1996)

RESUMEN:

En este trabajo de investigación se comienza analizando de forma sintética las causas de la crisis del periodismo convencional así como su vinculación a poderes económicos que influyen en la información, un bien común para la sociedad, y su credibilidad. A partir de este punto se plantea la pregunta de qué podemos hacer los periodistas para ser dueños de nuestro propio medio y poder realizar nuestro trabajo sin presiones externas. La respuesta que se propone es gestionar nosotros mismos los medios. Es aquí donde se centra el grueso del trabajo, analizando la estructura económica y organizativa de los medios de comunicación alternativos Diagonal, La Directa, La Marea y elDiario.es. Finalmente se consiguen alcanzar los objetivos propuestos, como analizar el porqué de su nacimiento y su evolución hasta el día de hoy y conocer su modelo de funcionamiento, comprobando su independencia de poderes externos. Se confirman, por tanto, las hipótesis planteadas de que es un modelo de periodismo en auge, de calidad y plural. Por otro lado, se confirma que el modelo de funcionamiento es viable y sostenible gracias a distintas fórmulas de financiación. Y por último, al analizar una misma noticia informativa publicada en un medio alternativo y otro convencional, se observa cómo el primero contextualiza mejor el hecho y ofrece una visión más plural y contextualizada, favoreciendo una mejor comprensión de la realidad.

Palabras clave: *medios alternativos – periodismo y democracia - Diagonal – La Directa – La Marea – elDiario.es*

ABSTRACT:

In this research, firstly I analyze in a synthetic way the causes of the conventional journalism crisis as well as its relation with the economical powers that have an influence on the information, a common good for the society and its credibility. Journalists wonder what we can do to be the owners of our own media and do our job without external pressures. The answer proposed is to manage ourselves the media. This is the most important issue of the research analysing the economical and organizational structure of the alternative media

Diagonal, La Directa, La Marea and elDiario.es. Finally, the aims are reached: analysing why they were born and their evolution to nowadays and to know their operating model, checking their independence from external powers.

The hypothesis are confirmed. It is a booming, quality and plural model. On the other hand, it is confirmed that the operating model is viable and sustainable thanks to different funding formulas. Lastly, when we analyse the same informative news published in an alternative media and in a conventional one, it is seen how the first one contextualizes better the fact and it offers a more plural and contextualized view, making it easier to understand the reality.

Key words: *alternative media – journalism and democracy – Diagonal – La Directa – La Marea – elDiario.es*

ÍNDICE

1. Introducción.....	6
2. Marco teórico.....	9
2.1 Medios de comunicación de masas.....	9
2.2 Internet y los nuevos medios de comunicación.....	12
2.3 Medios de comunicación alternativos.....	13
3. Metodología.....	18
3.1 Elección de los cuatro medios alternativos.....	18
3.2 Técnicas de investigación empleadas.....	19
4. Exposición de resultados.....	23
4.1 Motivos del nacimiento de los medios.....	23
4.2 Estructura económica y organizativa de los medios.....	26
4.3 Características formales de los medios.....	35
4.4 Análisis del tratamiento informativo.....	41
5. Conclusiones.....	46
6. Bibliografía.....	49
7. Anexo I y II	51

1. Introducción

Desde que se comenzó a manifestar la crisis económica en 2008, sólo en nuestro país, diez mil periodistas han perdido su empleo. Las noticias sobre despido de trabajadores y cierre de los grandes medios de comunicación están siendo habituales hasta la fecha de hoy. (RUSIÑOL, 2013)

Según la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) han sido más de 70 medios los que se han visto obligados a cerrar sus puertas. Sin ir más lejos, al final del 2012, PRISA, el primer grupo mediático español, que entre el año 2000 y 2010 ganó más de 800 millones de euros, anunció 129 despidos.

Este panorama se debe en gran parte al descenso de los ingresos en publicidad, que han afectado directamente a la viabilidad de muchos medios. Pero también cabe añadir que la crisis de los *mass media* es debida en buena medida a la mala gestión de sus directivos. Es el caso de la televisión pública de la Comunidad Valenciana, RTVV. Antes del ERE (Expediente de regulación de empleo) que iba a echar a la calle a más del 70% de la plantilla de trabajadores, el presupuesto de RTVV superaba los 154 millones de euros. La plantilla rozaba los 1.700 trabajadores y la deuda era de más de 1.219 millones de euros. La audiencia no pasaba del 5%.

“Culpar a Internet y las nuevas tecnologías de la crisis es engañarse”, afirma Rusiñol (2013), añadiendo que “la actual crisis de los medios tiene más que ver con el capitalismo de casino que con la desintegración de un modelo de negocio. El problema es que donde antes había empresas propiedad de editores de periódico, hoy hay empresas propiedad del sector financiero [...] El problema es que la banca se convierta en editora de prensa”.

Es obvio que un diario controlado por un banco desde el corazón de la estructura misma del capital supone una amenaza enorme para el periodismo. Y hoy casi todos los grandes medios de España han sido absorbidos por el poder financiero. No con la clásica dependencia de la influencia publicitaria o de los créditos, sino de forma mucho más profunda: directamente en la propiedad.

Todos estos factores afectan a la materia prima del periodismo: la credibilidad de la información que se publica en los grandes medios de comunicación.

Muchas veces, cuando se habla de modelos de negocio periodísticos y de cómo aumentar los ingresos, los expertos raramente se detienen en el elemento central: la credibilidad. Si todo el andamiaje de los diarios está construido sobre la base de que alguien pague por la información, ¿qué sentido tiene pagar por información producida por un medio que ha perdido la credibilidad porque ha sido absorbido por el sector financiero, ha despedido a muchos de los mejores periodistas y es parte central del sistema en crisis? (RUSIÑOL, 2013)

Ante este actual panorama, ¿cómo deben actuar los periodistas?, ¿qué pueden hacer?, ¿cómo pueden recuperar la credibilidad? La respuesta que se plantea es la de gestionar ellos mismos los medios y volver al periodismo independiente que actuaba como contrapoder en la sociedad, buscando favorecer, de esta forma, un sistema democrático real, en el que la información rigurosa es un derecho del ciudadano. Una condición básica para avanzar hacia la democratización de la palabra es la potenciación, consolidación y desarrollo de los medios de comunicación populares, educativos y participativos. Del fortalecimiento de éstos depende, en buena medida, la vigencia de la democracia y el papel de la sociedad en ella. Paradójicamente, la descomposición de las empresas tradicionales combinado con la revolución tecnológica que abarata muchísimo todos los costes de producción, dibuja un terreno en el que nunca ha habido tantas oportunidades para los nuevos medios que deseen hacer viejo periodismo: es decir, el periodismo independiente de toda la vida.

Por tanto, no se trata de inventar algo nuevo, en todo el mundo hay experiencias de medios de comunicación que han apostado por fórmulas alternativas, como por ejemplo la cooperativa. Quizás, una de las más exitosas sea el '*Die Tageszeitung*', un diario fundado en Berlín en 1979, vinculado inicialmente al movimiento ecologista. En 1991 se constituyó como cooperativa y actualmente dispone de casi 12.000 socios (que son los propietarios del

medio), un capital de 10 millones de euros, 250 empleados y 45.000 personas suscriptoras.

Así pues, este trabajo de investigación se centrará en analizar algunos de los medios alternativos más representativos en el estado español, en concreto La Marea, Diagonal, elDiario.es y La Directa. Estos medios tienen características que, en mayor o menor medida, difieren de los medios convencionales en cuanto a la propiedad y estructura de trabajo, el enfoque de los temas que tratan, la participación de los lectores y los criterios para contratar publicidad, entre otros aspectos.

Se estudiará el por qué del surgimiento de cada medio y su evolución hasta el día de hoy. Se analizará en profundidad sus características, su modelo de trabajo y los diferentes métodos de financiación alternativos a los medios de comunicación convencionales, con los que consiguen realizar una información plural y no condicionada por intereses empresariales. Todo ello permitirá plantear la viabilidad y la sostenibilidad, económica y social, de cada uno de estos medios después de haber estudiado toda su estructura de trabajo y organización.

Al mismo tiempo, se pretende poner de relieve por qué estos medios son una alternativa real y ética que ofrecen una información más contextualizada y plural, mediante el análisis del tratamiento de una misma noticia, el desalojo de Can Vies, Barcelona, el día 28 de mayo, por parte de un medio alternativo, La Directa, y otro convencional, La Vanguardia. Esta última parte permitirá plasmar el análisis realizado sobre el funcionamiento del medio, donde se podrá comprobar el resultado final de un modelo de periodismo y otro: la noticia informativa que se publica en sus páginas.

A modo de síntesis, los **objetivos** de la investigación son:

- Analizar los motivos del surgimiento de cada medio y su evolución
- Analizar su modelo de funcionamiento y estructura de trabajo
- Probar su independencia de poderes externos e intereses económicos
- Comprobar la calidad informativa en el tratamiento de la información

Y las **hipótesis** de investigación, conectadas a los anteriores, son las siguientes:

- H1. Existe la posibilidad real y practicada de un modelo de periodismo en auge, independiente y de calidad.
- H2. El funcionamiento de estos medios es viable y sostenible, tanto económica como socialmente.
- H3. Respecto al análisis y tratamiento de la noticia, el medio alternativo da una visión más plural, contextualizada y veraz del conflicto de Can Vies que el medio convencional.

2. Marco teórico

Para la realización de este trabajo de investigación se pretende comenzar analizando algunos conceptos teóricos básicos para una mejor comprensión del tema tratado. Siempre es bueno, antes de comenzar cualquier reflexión, empezar nombrando los elementos que serán importantes en un posible debate posterior.

En primer lugar se explicará el significado de los medios de comunicación de masas, para entender su funcionamiento y a su vez la influencia en la sociedad. Esto permitirá plantear y entender el por qué del surgimiento de unos medios llamados alternativos como respuesta a la necesidad informativa de una parte de la sociedad. Se explicarán las causas de este surgimiento y la evolución hasta hoy en día. Una aproximación conceptual a los términos esenciales para un mejor entendimiento del trabajo de investigación.

2.1 Medios de comunicación de masas

Concepto y definición

En muchos sentidos, 'medio' es un término antiguo. Un 'medio' es, en el sentido estricto, un agente de transmisión. Los antiguos creían que el universo estaba conformado por el medio del éter. Para que se entienda mejor, el aire o el agua, es un medio. En este sentido, un medio de transmisión -o comunicación- es un agente neutro. Pero se puede apreciar con facilidad que a pesar de su estado aparentemente objetivo, la naturaleza de un medio ya

determina el tipo y la calidad de la información que puede pasar por él. (AMBROSINI, PEUGEOT y PIMIENTA, 2005).

Sin embargo, el uso moderno se apropió del término con el significado de 'medios de comunicación'. Aunque en la actualidad consideraríamos al libro o la prensa como medios, el término tomó vigencia con el surgimiento de la *comunicación a larga distancia a través de la tecnología* -o la *telecomunicación*. Estos medios recibirían el nombre de medios de comunicación de masas al tratarse de una interacción entre un emisor único (o comunicador) y un receptor masivo (o audiencia), un grupo numeroso de personas que cumpla simultáneamente con las características de ser grande, heterogéneo y anónimo.

Aunque la existencia de una comunicación de masas requiere la existencia previa o simultánea de una sociedad de masas (WOLF, 2000), no se abarcará este último concepto y el trabajo se centrará en una definición más práctica. El término 'comunicación' adquirió su relación con los medios de comunicación de masas con la consolidación de éstos en el primer tercio del siglo XX (WILLIAMS, 2000). Posteriormente, la comunicación de masas se caracterizaría por cierto grado de pasividad de uno de los interlocutores, la existencia de un elevado grado de intermediación comunicativa y el escaso margen de reacción del sujeto receptor.

Papel de los medios de comunicación de masas en la sociedad.

En la actualidad, todo el mundo reconoce que la lógica del mercado es la que predomina y la que impone sus valores y sus condicionamientos sobre los modos de producción y de distribución, lo que acarrea consecuencias mayores sobre los contenidos y la naturaleza misma de la información. (AMBROSINI, PEUGEOT y PIMIENTA, 2005)

Un análisis del estado actual de los medios de comunicación, sobre todo en la época de globalización, ilustra los nuevos desafíos que reubican el papel de los medios dentro de una sociedad de saberes compartidos. Es necesario destacar que en el contexto de la globalización neoliberal, la información digital se ha transformado en una mercancía más que circula de acuerdo a las leyes del

mercado de la oferta y la demanda. Según esta lógica, los medios no están vendiéndole información a los ciudadanos, están vendiendo los ciudadanos (audiencia) a los publicistas. En esta medida, los contenidos distorsionan la realidad, fortaleciendo los estereotipos y reduciendo claramente la diversidad de los contenidos distribuidos. (AMBROSINI, PEUGEOT y PIMIENTA, 2005)

Por tanto, como afirma Marc Raboy (2003), “lo cierto es que la privatización y la liberalización que acompañan a la globalización no han producido medios más diversos y pluralistas”. Hoy en día, este es un tema que preocupa enormemente tanto a los ciudadanos como a todos los comunicadores en la medida en que nos encontramos, ciudadanos por una parte y profesionales de comunicación por otra, seguramente al final de un ciclo y el principio de otro, sin que se sepa muy bien aún cuál será la configuración de este nuevo ciclo de comunicación que se anuncia.

Por un lado los ciudadanos constatan que existe una crisis generalizada de las instituciones de nuestra sociedad, en los poderes políticos en sus distintos niveles, es decir, ejecutivo, legislativo y judicial. Estas instituciones están en crisis y los ciudadanos se interrogan y meditan sobre qué tipo de configuración nueva puede surgir de esta crisis que constatamos. (RAMONET, 1993)

Por otro lado, frente a esta crisis, los medios de comunicación juegan un papel cada vez más importante. Hasta el punto de que algunos sociólogos consideran hoy en día que los tres poderes importantes no son el ejecutivo, legislativo y judicial, sino que el primer poder es el poder económico, el segundo poder es el mediático, y cuando alguien posee el poder económico más el poder mediático, controla o acaba por controlar el poder político, véase el Sr Berlusconi en Italia. Por consiguiente, la idea está en preguntarse si los medios de comunicación son el arma que pueden tener los ciudadanos para mejor criticar a estas instituciones que funcionan mal y para corregirlas. (RAMONET, 1993) Por tanto, Ignacio Ramonet indica que estamos en un final de ciclo, que empezó con el asunto ‘Watergate’. “En realidad este asunto hizo creer que el periodista era efectivamente un poco el arma del ciudadano. En definitiva, el periodista armado exclusivamente de la verdad y de la revelación podía enfrentarse al hombre más poderoso del mundo, es decir, al Presidente

de los EE.UU., y derrocarlo, como hicieron los periodistas Woodward y Berestain del *Washington Post* en los años 70”.

Se sabe que estamos en el umbral de una nueva era comunicacional en la medida en que las autopistas de la comunicación se van a edificar, se van a construir, que el multimedia está instalando como un medio nuevo de comunicación y que va a liberar al ciudadano de la dependencia de la organización de los medios de comunicación de masas, tal y como funcionan hoy. La idea de moralizar los medios de comunicación, de buscar la manera de que funcionen bien es una preocupación dominante. Esa gran preocupación está en saber cómo deben actuar los medios de comunicación para que la sociedad funcione de manera más armoniosa con ella misma. Si la comunicación o la información no funciona bien en una democracia, el debate democrático no tiene un buen funcionamiento. De ahí que la credibilidad de los medios haya descendido en la mayoría de nuestras democracias. Que haya deseo de perfeccionamiento y que algunos propongan una revolución que viene como una solución a la situación actual en la medida en que el multimedia, las autopistas de la información, mediante Internet y los nuevos medios permitan al ciudadano poder ir a buscar las fuentes de la información que mejor le convienen, que más le interesen, aquella que más fiable le parezca para poder organizarse intelectualmente, organizarse cívicamente y participar de la manera más constructiva en el debate democrático y perfeccionar nuestras democracias. (RAMONET, 1993)

2.2 Internet y los nuevos medios de comunicación

Internet no es un medio de comunicación como los que estudiaba la *mass communication research*. El medio Internet se caracteriza por ser un ‘espacio de comunicación’ en el que convergen o pueden darse diferentes tipos de comunicación, entre ellas, sin lugar a dudas, también la comunicación de masas: pasiva, unívoca y centrada en el emisor. Para imaginar Internet, “necesitamos imaginar una combinación de biblioteca, galería, estudio de grabación, cine, cartelera, sistema de correo, galería de compras, tabla horaria, banco, aula, boletín de club y periódico” (GRAHAM, 1999).

Se trata de un entorno que ya no es nuevo, pero que permite formas de comunicación novedosas y sorprendentes. Internet posee el poder paradójico de reunir en la distancia a los individuos, en torno a unos modelos de opinión y comportamiento. Permite acercar el contenido deseado y especializado al consumidor de la información, generando nuevos tipos de comunicación interpersonal y redefiniendo la comunicación de masas, en la medida en la que la hemos descrito.

Lo que está claro es que Internet facilita el acceso a la información: “En la historia de la humanidad todos los movimientos de liberación se han caracterizado por la ruptura de los códigos secretos que garantizaban la dominación de las elites que los poseían sobre el resto de la comunidad” (CEBRIÁN, 1998). Según David de los Reyes (1999), “es imposible comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios que nos envuelven. Para no perdernos en esta nueva trama ambiental de tejido multimediático se debe comprender los cambios para poder transformarlos y redirigirlos en servicios para la comunidad”.

Cómo despertar al consumidor de medios de comunicación es, en todo caso, todavía una pregunta sin respuesta (LÓPEZ GARCÍA, 2005). Pero atendiendo a la anterior frase de Wolf, “la existencia de una comunicación de masas requiere la existencia previa o simultánea de una sociedad de masas”; se puede afirmar que la existencia de estos nuevos medios de comunicación implica directa o indirectamente la existencia de una nueva sociedad que reclama el derecho a una información más plural y rigurosa.

2.3 Medios de comunicación alternativos

Orígenes de la comunicación alternativa

Rastrear los orígenes de la comunicación alternativa nos lleva a reconocer diversas formas de expresión en Europa, al menos desde el siglo XVII, que indican que la lucha por hacerse ver y oír o por acceder y apropiarse de medios por parte de grupos y colectivos históricamente excluidos no es en absoluto un aspecto periférico de la modernidad. Mientras en la esfera pública burguesa se

manifiestan los intereses del binomio estatal-comercial, la comunicación alternativa, y los circuitos que ella genera para su distribución y reconocimiento, se mueven en el rango de la sociabilidad de base, reductos de los cuales se procura el desarrollo de opiniones independientes de este binomio y de sus intereses (SÁEZ BAEZA, 2010).

Aunque es cierto que la comunicación alternativa, como la conocemos hoy en día, empezó a usarse a finales del siglo XX, para dar referencia a las webs y periódicos informativos de periodistas independientes que transmitían el mensaje o la información de una manera diferente a la que se publicaba en los medios de comunicación masivos; el origen de estos medios está enteramente relacionado al desarrollo de Internet. Inicialmente los medios alternativos no tenían una gran accesibilidad a la mayoría del público, pero con el desarrollo de la tecnología, almacenaje y transmisión de datos e información, estos medios comenzaron a tener una gran cantidad de creadores y seguidores.

En todo el mundo hay experiencias de medios alternativos que han apostado por una fórmula diferente a los medios de comunicación convencionales. Una de las más exitosas, como se ha citado en la introducción del trabajo, quizás sea el *Die Tageszeitung*. Otros ejemplos son la revista *Ethical Consumer*, el medio *Fria Tidningen*, el quincenal *Kulturní Novin* o el medio *La Diaria*.

Aproximación teórica al concepto de comunicación alternativa

Existe una gran ambigüedad en torno al concepto de comunicación alternativa, ya que se encuentran, por un lado, escasas definiciones y estudios desde el ámbito académico, y por otro, la proliferación de términos utilizados indistintamente desde la práctica por los protagonistas de estas experiencias, como el de medios independientes, ciudadanos, comunitarios, populares, sociales, de *contrainformación*, etcétera.

Ante todo hay que decir que lo alternativo ha resultado ser un concepto histórico, es decir, por referirse a realidades cambiantes que dependen de la situación estructural y coyuntural en la cual se da, ha ido cobrando un significado distinto, según el momento del proceso y según el contexto en el que surge. No es la misma comunicación alternativa la que pueda darse en un

contexto de prohibición y negación total de los derechos ciudadanos, que en otro de aparente o real apertura democrática.

Ayala Ramírez (1996), señala y explica las características y rasgos principales de estos medios de comunicación alternativos. En primer lugar, se apunta que lo alternativo parte de la convicción de que el hecho comunicativo comienza con la inserción en la realidad de sus destinatarios, esto es, se sitúa en el mundo de aquella parte mayoritaria de la sociedad. El objetivo central de esta inserción no es sólo conocer los problemas, necesidades, intereses y esperanzas de esas mayorías; sino que sobre todo, saber lo que tiene que comunicarse, cómo debe hacerse y qué lenguajes son necesarios para establecer una verdadera comunicación. Por tanto, frente a los modelos comunicativos convencionales, que más bien son impositivos, y que reducen a los destinatarios a ser consumidores potenciales o reales de cosas e ideas, lo alternativo asume como condición básica situarse en la realidad de la sociedad civil, para servirle mejor y para que ese servicio responda a los intereses del bien común.

Por otra parte, el segundo rasgo constitutivo lo representa la decisión de posibilitar el poder de la palabra a aquellos sectores a los que históricamente se les ha marginado de la misma, sin que ello implique discriminación o exclusión de otros sectores. Frente a una práctica exclusiva y excluyente en el uso de los medios de comunicación, donde el ejercicio efectivo del derecho de expresión ha sido un privilegio de pocos, lo alternativo propone democratizar la palabra. Por consiguiente, la comunicación alternativa es fundamentalmente participativa y lo es al menos por dos razones: primero, porque rompe el esquema unidireccional y elitista de la comunicación dominante, y segundo, porque busca favorecer la participación de la sociedad civil en el ámbito político, social, económico y cultural. Aquí la participación no es un recurso más para asegurar altos niveles de audiencia y de circulación, ni una estrategia mercantil rentable; el propósito principal es más bien democratizar el poder de la palabra.

Éstos medios alternativos asumen también como tarea propia el impulso y desarrollo de lo que podemos denominar la cultura del debate, esto es, el

cultivo del razonamiento, la discusión, el análisis y la argumentación. Frente al fomento del individualismo, de la pasividad, el olvido y la indiferencia; lo alternativo propone el desarrollo y consolidación de una conciencia colectiva y personal con memoria histórica, capaz de generar una actitud responsable, crítica y creadora. Lo alternativo se configura no sólo por el *saber responder* a las exigencias de los interlocutores masivos, sino a su vez por el *saber hacer* una comunicación a la altura profesional y técnica que demanda el mundo de hoy. (RAMÍREZ, 1996)

Desde el ámbito teórico latinoamericano, la intelectual argentina Margarita Graziano (1980) definió la comunicación alternativa como “aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertas en una praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad”. Graziano afirma que “toda comunicación alternativa es necesariamente horizontal y participativa, pero no toda comunicación participativa puede ser considerada como alternativa”.

Desde una perspectiva norteamericana, D.H. Downing (2001) denomina a estos medios como “radicales” porque ofrecen una visión alternativa a las políticas, prioridades y perspectivas hegemónicas. Entiende que los objetivos que persiguen estos medios se resumen en dos cuestiones principales: “por un lado expresar verticalmente oposición directa a las estructuras de poder y su comportamiento; por otro, obtener horizontalmente apoyo y solidaridad y construir una red de relaciones contraria a las políticas públicas o incluso a la propia supervivencia de la estructura de poder”.

Según Downing, existen dos dificultades para la sostenibilidad de estas experiencias alternativas: distribución y financiamiento. La distribución por la dificultad de garantizar canales de llegada del material producido, aunque si el medio de comunicación sólo tuviera presencia online, y no en papel, esto dejaría de ser un problema. Por otra parte, el financiamiento, ya que muchos proyectos que pretenden autogestionar sus recursos les resulta muy difícil mantenerse en actividad garantizando unas publicaciones periódicas o unos trabajadores remunerados, sobre todo durante los primeros años de vida del medio. Aunque estas dos dificultades descritas por Downing son ciertas,

cuando hablamos de sostenibilidad y de medios de comunicación alternativos debemos tener en cuenta más factores que el económico.

El concepto de 'sostenibilidad' en los medios alternativos

Se suele decir que un medio alternativo no es sostenible porque no es 'rentable'. Normalmente, si hablamos de un medio alternativo, no se basa en métodos de financiación de grandes empresas o donaciones externas, como por ejemplo partidos políticos, para no poner en entredicho su independencia, objetivo principal del mismo.

Tomando como referencia los razonamientos de Alfonso Gumicio (2001), a lo largo de más de cincuenta años los medios alternativos independientes y ciudadanos han tratado de resolver el rompecabezas de la sostenibilidad. No hay una sola experiencia de comunicación alternativa que no haya pasado por etapas en las que la carencia de recursos parecía asfixiarla. ¿Significa que las experiencias de comunicación alternativa no pueden ser sostenibles por sí mismas? ¿Estamos frente a proyectos que son mantenidos artificialmente y que no pueden sobrevivir sin el apoyo externo?

Hay varios ángulos posibles para analizar la sostenibilidad, y sería un gran error reducir este análisis únicamente a factores económicos. La sostenibilidad económica, entonces, es apenas un factor entre varios que determinan la sostenibilidad de un medio de comunicación alternativa. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional. La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación del medio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario. Mientras que la sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una

experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión asamblearios y la transparencia de la gestión. (GUMICIO, 2001)

No existe una fórmula mágica para la sostenibilidad integral de los medios alternativos, sin embargo, los tres componentes –social, institucional y económico- deberían tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita no solamente la supervivencia sino el desarrollo de los procesos de este tipo de comunicación.

3. Metodología

Después de una primera aproximación a los conceptos básicos en el marco teórico, en este apartado se explicarán los métodos empleados para la obtención de los resultados y las posteriores conclusiones acerca del tema de este trabajo de investigación.

3.1 Elección de los cuatro medios alternativos a analizar

En primer lugar, antes de comenzar a explicar las técnicas de investigación empleadas para la realización del estudio, se pretende justificar la elección de los cuatro medios de comunicación seleccionados para el análisis: Periódico Diagonal, La Directa, La Marea y elDiario.es.

Estos medios se han elegido por diferentes razones. En primer lugar se ha tenido en cuenta el motivo de su nacimiento. Diagonal y La Directa, como observaremos en el posterior análisis, tienen una larga experiencia como medios alternativos, con 9 y 8 años de historia respectivamente, y nacieron con vocación de independencia total y vinculados a los movimientos sociales. Por otra parte, se ha elegido La Marea y El Diario.es porque son dos medios jóvenes, nacieron en el 2012 a raíz de la crisis del periodismo convencional y la crisis económica, en concreto por el cierre de la edición en papel del periódico Público, y con solo 3 años en funcionamiento han causado un gran impacto en la sociedad. Este hecho se observa como una buena cualidad para poder analizarlos y compararlos entre ellos.

Otra razón para la elección de estos cuatro medios es que se pueden considerar 'generalistas' dentro del campo de los medios alternativos, en el sentido de tratar muchos temas y no solo centrarse en uno en concreto como economía, o solo en política. Abarcan muchas secciones y temáticas, aunque ninguno de los cuatro medios tiene secciones de deportes o de crónica rosa, como los medios convencionales.

Además, estos cuatro medios alternativos elegidos son unos de los más avanzados a nivel de profesionalización periodística. La experiencia de más de 8 años, por parte de Diagonal y La Directa, en el mundo de la comunicación alternativa, y la ambición y profesionalidad por parte los integrantes de La Marea y elDiario.es, les otorgan unas características similares que permiten su análisis comparativo.

Cabe puntualizar que La Directa es un medio en lengua catalana editado en Barcelona, por lo que la tirada es sustancialmente menor a los otros tres medios analizados, publicados en lengua castellana y con la posibilidad de llegar a un público más amplio.

3.2 Técnicas de investigación empleadas para la realización del estudio

La entrevista en profundidad

La primera técnica utilizada para la realización del estudio ha sido la entrevista en profundidad a diferentes trabajadores de los cuatro medios seleccionados, La Marea, Periódico Diagonal, La Directa y elDiario.es, que ocupan cargos con responsabilidades y habilidades, concretadas más adelante, para explicar el funcionamiento del medio y sus características. La estructura de las entrevistas no varía en los aspectos más esenciales que se pretenden analizar e investigar, pero sí que están adaptadas cada una a su respectivo medio y sus peculiaridades para obtener unos resultados más concretos y personalizados. En ellas se obtienen aspectos cualitativas de los medios, como el modelo de funcionamiento del medio o la toma de decisiones en la redacción, y también datos cuantitativos sobre su estructura económica, así como algunos aspectos formales del medio.

Todas las entrevistas se han realizado por teléfono a cada uno de los periodistas, en el caso de La Directa, se ha realizado en catalán. Posteriormente han sido transcritas para una mejor observación de los resultados y un mejor análisis reposado de todas las cifras.

Las entrevistas se han realizado a los profesionales de cada medio que requerían el conocimiento, tanto organizativo como económico, para contestar a todas las preguntas con precisión.

La primera entrevista realizada fue a Daniel Ayllón, presidente de la Cooperativa Más Público del periódico La Marea y cofundador del medio. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Su carrera comenzó en Nueva York como colaborador de *El Mundo*, en 2006. Regresó a Madrid para incorporarse al recién nacido *ADN* y, a continuación, formó parte de los equipos fundadores de *Público* (2007).

La segunda entrevista fue realizada a Pablo Elorduy, perteneciente al colectivo editor del periódico Diagonal. Licenciado en Historia del Arte, colaboró desde el principio en la creación de Diagonal. Desde el 2008 ocupa el cargo de redactor en Diagonal de varias secciones como sociolaboral, economía y medioambiente.

En tercer lugar, Marc Font de La Directa, coordinó la sección de blogs de investigación '*Estirant el Fil*' desde octubre de 2012 a enero de 2014. Ahora forma parte del colectivo o asamblea editora y es colaborador de contenidos en diferentes secciones. Es periodista y diplomado en '*Comunicació de Conflictes Armats i de la Pau*'. Ha trabajado varios años en '*El Triangle*', donde coordinaba la edición digital. También ha trabajado en la redacción de '*Canvi 16*', '*El Diari d'Andorra*' y '*Eldebat.cat*'. Ha ejercido de *freelance* en Irlanda, Palestina, Israel, Egipto y Uganda. Ahora mismo se encuentra inmerso en un nuevo proyecto comunicativo llamado '*Crític*'.

Y por último, Andrés Gil, redactor jefe de El Diario.es. Empezó su carrera profesional en El País, siguió en Prisa Revistas, fue fundador y subdirector de ADN y colabora en La Ventana de Madrid, de la SER.

Respecto a las **entrevistas en profundidad**, se estructuran en tres bloques:

1- En primer lugar, se describen los motivos del nacimiento de los medios. En este apartado los cuatro medios se clasifican en dos bloques, por una parte los que nacieron con vocación de independencia y ligados a movimientos sociales, y por otra, los que surgieron a raíz de la crisis del periodismo convencional.

2- En segundo lugar, se analiza la estructura económica y organizativa de cada medio, donde se observan las peculiaridades de cada uno en su forma de funcionamiento. Concretamente se analiza:

- El modelo de funcionamiento.
- La propiedad del medio, los ingresos y su procedencia.
- La estructura en la redacción y la toma de decisiones.
- La evolución del número de suscripciones y el número de trabajadores.

3- En tercer lugar se analizan los datos acerca de la elaboración de la información y las características formales de cada medio:

- El tipo de fuentes y las temáticas.
- El número de actualizaciones en la web y la periodicidad en papel.
- Las vías de difusión y los seguidores en las redes sociales.

Los datos obtenidos nos sirven para completar el análisis propio de la investigación, siempre con la precaución debida al tratarse, en algunos casos, de ejercicios de autoevaluación. Algunos de los resultados que se obtendrán se revelan como una herramienta muy interesante para conocer la percepción que estos medios tienen de sí mismos.

Análisis del tratamiento informativo del desalojo de *Can Vies*. (*La Directa – La Vanguardia* / 28 mayo de 2014)

En este apartado de la investigación, el diseño metodológico se basa en un análisis cualitativo de la noticia, de esta forma, se puede recopilar, procesar y analizar la información para una comparación posterior de la calidad informativa.

Se analiza la noticia del desalojo del centro social autogestionado *Can Vies* y la posterior manifestación. El desalojo comenzó el 26 de mayo, pero se han elegido las noticias del día 28 de mayo ya que el miércoles es el día de salida del semanario *La Directa*, de esta forma se puede comparar el tratamiento en papel desde la perspectiva de los diarios *La Directa* y *La Vanguardia*. Se pretende estudiar el tratamiento de una misma noticia entre dos diarios, uno alternativo y otro convencional. Este punto se considera necesario, ya que es donde se observa el resultado final de todo un modelo de trabajo y de funcionamiento periodístico analizado, es decir, la información que llega a la sociedad. Se ha elegido *La Directa* porque es el medio alternativo más cercano y que mejor puede cubrir el acontecimiento, y *La Vanguardia* como medio convencional, por ser el más leído en Cataluña con 674.000 lectores diarios según el último sondeo del EGM (Estudio General de Medios) realizado el 22 de abril de 2014.

La técnica cualitativa está principalmente centrada en el discurso de los medios y en su contenido. Se estudia en profundidad la calidad de la información publicada y se trata de investigar la diferencia entre el tratamiento de *La Directa* y *La Vanguardia* de un mismo hecho.

Para ello, se ha utilizado una ficha estándar de comparación de noticias, realizada por Xavier Giró, profesor de Periodismo Político en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), director del grupo de investigación Observatori de la Cobertura de Conflictes (OCC) y codirector de la diplomatura de postgrado 'La comunicación de los conflictos y la Paz'. Giró es doctor en Periodismo y MA in Journalism and Public Affairs por la American University (Washington D.C). Fue jefe de política española en el Diari de Barcelona (1987-1989), jefe de informativos en A3- Televisión en Cataluña (1990) y redactor jefe de la revista 'El Viejo Topo' (1993-1997).

Esta ficha estándar consta de cuatro partes:

- La primera parte contiene datos técnicos: publicación, fecha, sección y autor.
- La segunda, recoge los elementos de la titulación como los verbos, los adjetivos utilizados o los nombres.

- La tercera parte se preocupa de los actores; quién aparece; cómo es presentado o descrito; comporta la presentación una carga positiva, negativa o neutra; de qué actores son las declaraciones; qué acciones se les adjudican; qué actores no aparecen; de quien aparecen otras declaraciones; que aportación hacen.
- En la cuarta y última parte se analiza como se trata el problema: Cuáles son y cómo se exponen las tesis que cada actor mantiene sobre el problema; qué elementos de contextualización se aportan.

Sobre el proceso, se extrae: en qué tema se ha focalizado la pieza; en qué aspecto de la evolución del conflicto se ha centrado; ¿hay una explicación de la génesis y de la evolución?, ¿cuál?; qué fuentes aparecen dando una visión del conflicto; qué contexto se aporta; ¿es suficiente?; ¿explora soluciones?; ¿quién aporta propuestas?, ¿cuáles? Con estos elementos se deduce el grado de complejidad de la cobertura y se pretende dar respuesta a la hipótesis que se han planteado en la introducción del trabajo respecto a la calidad informativa de un medio alternativo y otro convencional.

Por último, y como conclusión del apartado del diseño metodológico, **la muestra** empleada para este análisis, es la entrevista en profundidad, junto con el análisis de los datos que se han facilitado en dichas entrevistas, y, respecto al análisis del tratamiento de la noticia, la elección de los diarios La Directa y La Vanguardia del día 28 de mayo de 2014.

4. Exposición de resultados

4.1 Fecha y motivos del nacimiento de los medios

MEDIOS	FECHA	MOTIVOS
DIAGONAL	Marzo 2005	Vocación de independencia
LA DIRECTA	Abril 2006	Dar voz a movimientos sociales
LA MAREA	Febrero 2012	Crisis periodismo convencional
EL DIARIO.ES	Septiembre 2012	Crisis económica

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla, el **Periódico Diagonal** fue el primer medio de los cuatro analizados en nacer, en marzo del 2005. Según explica Pablo Elorduy, miembro del colectivo editor del medio, Diagonal “nace en el contexto de las manifestaciones contra la guerra de Irak, se genera una asamblea en la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Madrid, que confluye con un proyecto que ya llevaba más de una década, que era Molotov”, un periódico mensual que nació como *fanzine* universitario en Madrid en 1986.

Diagonal explica que tras un largo periodo de reflexión, se decide poner fin al tabloide mensual que era entonces y abrir un proceso colectivo con el objetivo de poner en marcha un medio mucho más potente y abierto. Tras la salida de dos números promocionales (el menos uno y el cero), que sirven de rodaje de la nueva redacción, el periódico ve la luz el 3 de marzo de 2005, fecha en la que comienza a editarse con regularidad quincenal, hoy en día ya son 9 los años de funcionamiento de este medio.

Elorduy añade que “la idea era superar el amateurismo de Molotov, la parte más artesanal, y hacer algo homologable a un medio de comunicación, más profesional, y llegar a un público más amplio”. Con Diagonal, afirma Elorduy, “no pretendemos que exista el periodismo objetivo y equidistante, sino que tomamos posición ante lo que contamos, y tratamos de explicar de manera honesta qué vemos y por qué lo estamos mirando, con un periodismo riguroso y veraz, dando voz a los movimientos sociales”.

En segundo lugar, **La Directa**, nace en el año 2006. Marc Font, miembro del colectivo editor del medio, explica que La Directa “nace hace ocho años, después de la constatación del crecimiento, durante la última década, de movimientos sociales rupturistas y coincidiendo con la ola antiglobalización a nivel mundial”. Font añade que “todos los que hoy formamos La Directa decidimos que uno de los frentes que crecía era el que reclamaba una información diferente, no manipulada y controlada por la propia sociedad. Era un momento en el que había muchas experiencias de fanzines, radios libres y boletines locales, pero La Directa lo que buscaba era hacer un salto adelante

con una publicación que alcanzara todo el territorio catalán”. Por último, Font afirma que “la idea inicial era hacer una publicación de los movimientos sociales y desde los movimientos sociales, pero con los años hemos ido ampliando mucho nuestro abanico temático”.

En tercer lugar, siempre por orden de nacimiento del medio, se encuentra **La Marea**. Nace en febrero de 2012. Daniel Ayllón, presidente de la Cooperativa Más Público del periódico La Marea y cofundador del medio, explica que La Marea “nace hace tres años a raíz del cierre de la edición papel del diario Público. Un grupo de trabajadores y lectores nos unimos en una cooperativa para intentar comprar la cabecera pero no funcionó y decidimos montar nuestro propio medio”. Ayllón afirma que “se puede decir que el nacimiento de La Marea es la consecuencia directa de la crisis del periodismo convencional. Todos los compañeros que formamos parte de este proyecto hemos pasado por diferentes medios de comunicación convencionales y hemos detectado que habían muchos déficits en el periodismo, por ejemplo esa estrecha convivencia de la prensa con algunos poderes políticos o empresariales para conseguir ingresos en publicidad y financiación”. Ayllón añade que “nuestro objetivo, por tanto, es ofrecer información libre de intereses empresariales y políticos”.

Por último, se encuentra **elDiario.es**, nacido en septiembre de 2012. Andrés Gil, redactor jefe del medio, explica que “nacimos primero como un blog, el 12 de mayo de 2012, en la víspera del primer aniversario del 15M, y como Diario.es el 18 de septiembre de 2012”. Añade que el nacimiento de este nuevo medio es debido a “la crisis del periodismo convencional y la crisis económica que genera que muchos periodistas se queden sin trabajo. Al mismo tiempo, las nuevas tecnologías permiten poner en marcha proyectos viables con una inversión ajustada, priorizando los aspectos informativos que más interesan”. Gil añade, a modo de crítica, que “cuando formas parte de estos medios convencionales te das cuenta de que dependen mucho de las empresas que los sustentan”.

4.2 Estructura económica y organizativa de los medios

MEDIOS	MODELO DE FUNCIONAMIENTO	NÚMERO DE TRABAJADORES	NÚMERO DE SUSCRIPCIONES*
DIAGONAL	Asociación	11	5.400
LA DIRECTA	Asociación	8	1.750
LA MAREA	Cooperativa	9	2.210
EL DIARIO.ES	Sociedad Limitada	20	7.600

Fuente: Elaboración propia

*Gráficos de la evolución del número de suscripciones en el texto explicativo

MEDIOS	PROPIEDAD		INGRESOS		
	TRABAJADORES	SOCIOS	SUSCRIPCIONES Y VENTAS	PUBLICIDAD	OTROS*
DIAGONAL	100%	0%	80%	máx. 20%	
LA DIRECTA	100%	0%	90%	máx. 10%	2%
LA MAREA	75%	25%	95%	5%	
EL DIARIO.ES	70%	30%	30%	70%	

*Mayoritariamente subvención de la Generalitat de Catalunya

Fuente:Elaboración propia

MEDIOS	ORGANIZACIÓN DE LA REDACCIÓN	
	ESTRUCTURA	TOMA DE DECISIONES
DIAGONAL	Horizontal	Asamblearia
LA DIRECTA	Horizontal	Asamblearia
LA MAREA	Horizontal	Asamblearia
EL DIARIO.ES	Vertical	Jerárquica

Fuente: Elaboración propia

El modelo de funcionamiento del **Periódico Diagonal** es el de una asociación. Elorduy explica a modo de aclaración que, “como figura legal somos una asociación que sacamos un periódico, aunque luego a nivel organizativo funcionamos de una forma similar a la de una cooperativa”. Esta asociación se llama ‘Punto y Coma, Comunicación y Prensa’. En cuanto a la propiedad del medio, “pertenece al 100% a los trabajadores. Cuando se creó Diagonal no había diferenciación entre trabajadores y lectores ya que no había ningún asalariado, y más adelante no ha habido ninguna ampliación de capital, por lo que se ha quedado con la aportación inicial”, explica Elorduy.

Por tanto, podemos observar que Diagonal está editado por una asociación y se sostiene gracias a las personas que están suscritas y, en menor medida, a publicidad de entidades con criterios éticos (nunca más del 20% del presupuesto). Elorduy añade que “no aceptamos financiación de grandes empresas, partidos políticos o sindicatos porque sabemos que no depender de ellos es la única forma de poder cuestionarlos”. Esta política adquiere mucha importancia en la redacción de Diagonal, ya que, como explica Elorduy, “no solo invalida a las empresas del Ibex35, sino que tampoco admitimos publicidad de empresas que hayan tenido conflictos laborales con los trabajadores, nuestro compromiso es extremo. A partir de ahí, nuestra publicidad se queda muy limitada casi en exclusiva a empresas de la economía social”.

En cuanto a la estructura organizativa de la redacción, es horizontal y la toma de decisiones asamblearia. Elorduy concreta que “existen dos tipos de asambleas; por una parte la que formamos solo los trabajadores, que decidimos temas muy variados, como fechas de vacaciones, contrataciones, etc. Y por otra parte la ‘asamblea del colectivo’, en la que se confirman estos puntos tratados en la primera asamblea y participan personas que no trabajan en la redacción. Toda la gente que participa en éstas dos asambleas forman el llamado colectivo editor, que es el responsable de toda la publicación del Diagonal”.

A modo de aclaración, Elorduy añade que “tenemos los cargos que exige la ley para formar la asociación, pero no son representativos ya que la decisiones se

toman, todas, a través de asambleas”. Por otro lado, cabe destacar que este medio cuenta con una extensa red de colaboradores que hacen posible la sostenibilidad del proyecto.

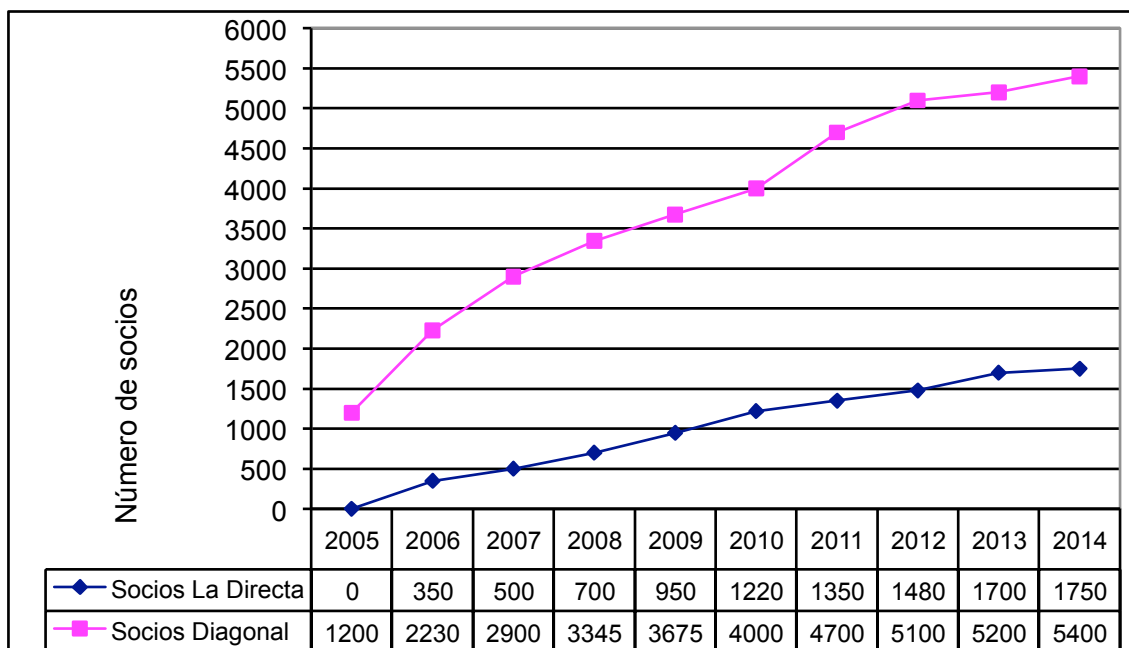
El modelo de funcionamiento de **La Directa**, al igual que Diagonal, es a través de una asociación. En este caso se llama la ‘Asociación para la Difusión Sin Límites’, y es, como explica Marc Font, “la vía para canalizar los ingresos, cuando nacimos teníamos que encontrar alguna forma de cobrar las suscripciones legalmente, y la opción elegida fue la de ser una asociación, legalmente registrada y construida”, aunque Font añade que “el objetivo de La Directa es convertirse en una sociedad cooperativa”.

En cuanto a los ingresos, se debe explicar que el 2%, situado en la columna ‘otras’ de la tabla discursiva, es debido a una subvención estructural recibida por parte de la Generalitat de Catalunya por ser un medio en lengua catalana. “Normalmente son unos 2.000 euros”, añade Font. Dentro de este 2% de ingresos también se encuentran la elaboración de reportajes y suplementos especiales que les encargan diferentes colectivos, como por ejemplo especiales sobre ‘Eurovegas’ o sobre ‘BCN World’, y que permiten, de esta forma, aportar más recursos económicos al colectivo de La Directa.

Respecto a la estructura organizativa de la redacción, es completamente horizontal. Font explica que “existe un consejo de redacción que se celebra cada lunes, coincidiendo con la asamblea semanal del colectivo, donde se lanzan los temas a cubrir durante la semana, tanto en la edición papel como en el portal web, y se debaten los enfoques de los mismos, así como las fuentes a utilizar”. Por otra parte, Font añade que “cada sección tiene una o dos personas coordinadoras que se encargan de explicar los temas previstos, ya sean de iniciativa propia o propuesta de los colaboradores. Y, por último, es en el consejo de redacción donde se pueden modificar los enfoques y también donde se evalúa el anterior número, para detectar los errores cometidos”. La Directa, como Diagonal, también cuenta con una extensa red de colaboradores que permiten mejorar la viabilidad del medio.

En cuanto a la evolución del número de los suscriptores desde el nacimiento de los dos medios analizados hasta ahora, Diagonal y La Directa, se puede

visualizar en esta representación gráfica desde el año 2005 hasta el día de hoy:



Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, se aprecia que Diagonal que desde el nacimiento de 2005, con 1200 socios, el número ha ido creciendo hasta 5400. Después de 9 años de “desobediencia informativa”, gracias a las suscripciones han podido crecer hasta el punto en que se encuentran ahora, y por tanto llegar a ser sostenibles económicamente, aunque una de las mayores dificultades durante los primeros años fue la del financiamiento económico. Elorduy explica que “a pesar de los altibajos en las suscripciones, hemos ido creciendo, y hemos podido llegar cada vez a más gente”. Añade que “tiene que quedar claro que nuestro trabajo tiene un sentido muy importante para transformación social, y en este caso, nunca hemos dejado de ser sostenibles”. De esta manera, Elorduy entiende que “aunque lo económico es muy importante, el crecimiento no viene solo por esa vía, el reconocimiento de nuestro trabajo es también un factor muy importante”. Este reconocimiento se incrementó a raíz del 2011, con el 15M, ya que “empezamos a percibir que el sistema de clases no era sostenible, y que nuestro trabajo como profesionales de la información se convertía en algo muy importante, mucho menos ‘subterráneo’. Una alternativa real” concluye.

En el caso de La Directa, se aprecia un aumento de suscripciones, desde su nacimiento en 2006 con 350 socios, hasta el día de hoy, en 2014, con 1750. A

pesar del crecimiento, Marc Font explica que “necesitaríamos fortalecer la base de suscripciones, aunque por lo que respecta a la aceptación social, el aumento ha sido espectacular, se ha ido superando el estigma de ser un medio *panfletario* hasta el punto que muchos sectores de la sociedad nos ven como un referente informativo, gracias al rigor de nuestras piezas periodísticas”.

A modo de aclaración, cabe recordar que La Directa es un medio en lengua catalana, por lo que el alcance del número de suscripciones es sustancialmente menor a los otros tres medios analizados, publicados en lengua castellana y con la posibilidad de llegar a un público más amplio.

En tercer lugar, volviendo al modo de funcionamiento de los medios, como se muestra en la tabla inicial, se encuentra **La Marea**, que a diferencia de los dos primeros medios su forma de funcionamiento es la de cooperativa. La editora es MásPúblico sociedad cooperativa, una empresa que se formó tras el cierre de la edición en papel del diario Público y el despido del 85% de sus trabajadores. En la web del medio explican que la fórmula de cooperativa formada por lectores y trabajadores es inédita en España, y que permite desvincular el diario de intereses empresariales y políticos, gracias a su estructura horizontal y el papel que juegan las asambleas. Pero, ¿en qué consiste concretamente esta fórmula?

Daniel Ayllón, presidente de la cooperativa, explica que “quien edita la revista, los dueños, por decirlo de alguna forma, somos los editores y los trabajadores. Nosotros decidimos la parte periodística, ya que creemos que tiene que estar en manos de profesionales del periodismo, aunque a los únicos que nos debemos es a los lectores, que son los dueños del proyecto”. Por esta razón, añade Ayllón, “realizamos asambleas anuales donde nos encontramos los trabajadores y los suscriptores para decidir temas importantes del medio”.

En cuanto a la propiedad, “cada lector ha entrado en el proyecto con una aportación inicial de 1000 euros al capital social de la empresa, y cada trabajador con 3000 euros. Con ese dinero que juntamos al principio comenzamos el proyecto” afirma el presidente de la Cooperativa. También destaca que este capital aportado “el día que alguien se quiera ir puede retirarlo”.

Respecto a la estructura organizativa del medio, existen dos ritmos o bloques. Por un lado, explica Ayllón, “la cooperativa, formada por la asamblea de lectores y trabajadores. En esa asamblea se eligen a 6 personas, tres lectores y tres trabajadores, que conforman lo que llamamos el ‘consejo rector’, que es el órgano máximo de decisión de la cooperativa en el día a día. Se reúnen cada mes o cada dos semanas para decidir la parte empresarial del proyecto. Es donde se aprueba si hay que ampliar tirada, si se está gestionando bien la contabilidad, etc. Uno de los tres trabajadores, en este caso yo, es el presidente del consejo rector de la cooperativa, uno de los tres lectores es el vicepresidente, otro lector ocupa el cargo de tesorero y otro trabajador ocupa el cargo de secretario”. Por último cuentan con dos vocales, un trabajador y un lector. En las reuniones también acude un interventor, que se trata de un lector, para revisar que todo esté yendo bien económicamente y que “no estemos cometiendo errores de gestión”, añade el presidente del consejo rector.

Por otro lado, respecto al bloque organizativo a nivel de redacción, los trabajadores ocupan diferentes cargos, todos ellos elegidos democráticamente y por méritos propios en las asambleas. Ayllón afirma que “a diferencia de las estructuras antiguas con las que nos hemos encontrado, que son alguien que manda y elige que debe ser noticia y que no, confiamos más en el diálogo y en el debate”.

Por último, a diferencia de los otros tres medios analizados, se observa que **eIDiario.es** está editado por una sociedad limitada: Diario de Prensa Digital S.L. El 70% de esta empresa está en manos de personas que trabajan diariamente en la redacción, que han aportado su dinero y su trabajo para poder arrancar. Todo ello “por la ambición de comprar nuestra libertad, reivindicar nuestro oficio, ser dueños de la redacción en la que trabajamos y garantizar así que la línea editorial sea independiente y no responda a intereses ocultos” explica Andrés Gil, redactor jefe del medio.

Gil concreta que “al frente de la gestión de la empresa está José Sanclemente, presidente de Diario de Prensa digital S.L, y Joan Checa, director gerente, que son igualmente accionistas”. “En el accionariado también hay profesionales de la comunicación, que comparten con nosotros esta ilusión y han invertido en el

proyecto. Es el caso de Enric Lloveras, Daniel Bilbao, Montserrat G. Román, David Martínez, Alex García, Pablo Ascariz y Carlos Lloret. Detrás de eldiario.es no hay nadie más: ningún gran grupo empresarial, ningún favor político, ninguna subvención ni ninguna deuda con el banco” aclara Gil.

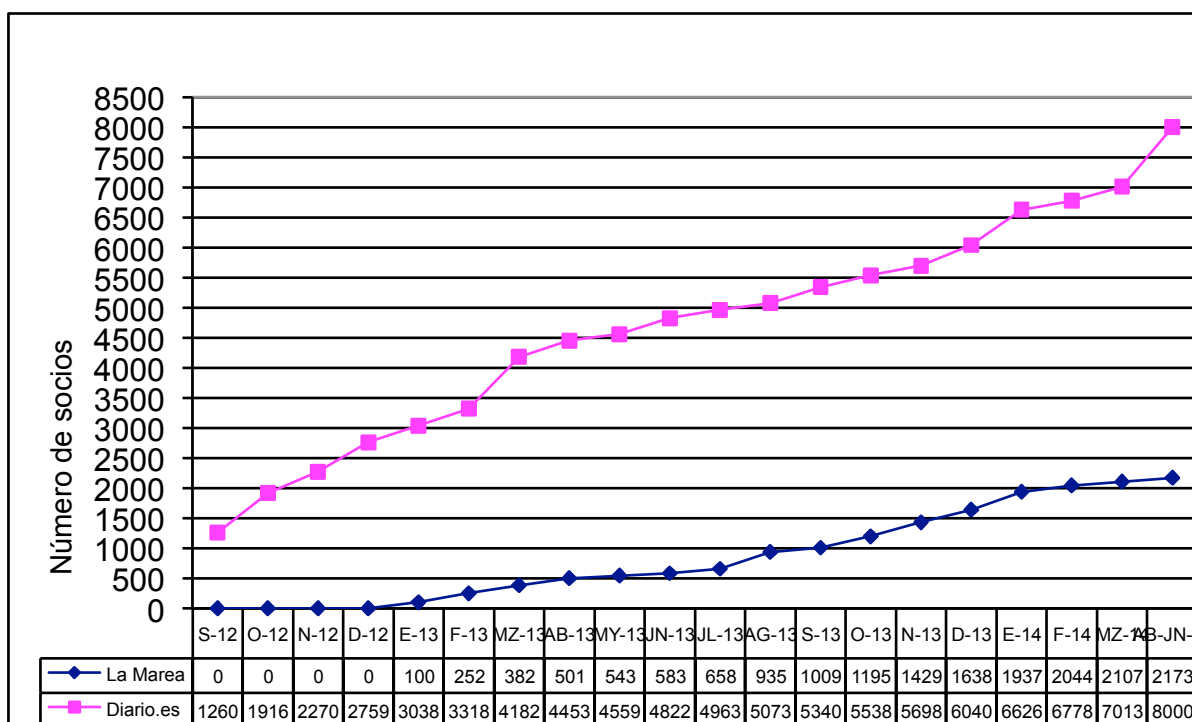
El redactor jefe afirma que “no trabajamos a modo de asambleas, sino que hay una jerarquía y se respeta, aunque no es tampoco un régimen piramidal estricto, se pueden debatir y discutir las cosas, pero evidentemente todos sabemos que están los redactores y los jefes”. Por tanto, observamos como sí que existe una jerarquía en el modelo de funcionamiento del medio.

Respecto a la estructura organizativa del medio, Gil afirma que “a diferencia de una cooperativa, aquí no aportamos todos lo mismo, por tanto no todos tienen el mismo poder de decisión. Es verdad que el 70% de la propiedad es de los trabajadores, pero hay accionistas mayoritarios y accionistas minoritarios, un consejo de administración que es el que toma las decisiones y un consejero delegado que es el director”.

En cuanto a los ingresos, como se puede observar en la tabla discursiva, la publicidad representa el 70 por ciento de los ingresos, mientras que los socios representan el 30 por ciento. Pero, y esto es la clave del funcionamiento del medio en todos los sentidos, “no hay ningún anunciante que represente tanto dinero como el que representan los accionistas, esto nos permite tener un *colchón* por si algún anunciante se va o deja de querer invertir en el medio, y a parte nos da una independencia importante” apunta Gil. “El *colchón* de los socios y accionistas nos permite hablar de los anunciantes sin presiones, a parte, no tenemos ningún crédito de ningún banco” concluye el redactor jefe.

El Diario.es también se caracteriza por tener acuerdos de cooperación con grupos de periodistas en diferentes comunidades autónomas como Catalunya, Galicia, Andalucía o la Comunitat Valenciana.

En cuanto a la evolución del número de los suscriptores de los dos últimos medios más jóvenes, La Marea y elDiario.es, se puede visualizar en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia

En el caso de La Marea, se puede apreciar en el gráfico que la evolución de los socios empieza a partir de enero del 2013 y no en septiembre de 2012, cuando nació el medio. Esto es porque la primera revista en papel salió a la venta el 21 de diciembre de 2012, y con ella empezaron las suscripciones. Se observa cómo en enero del 2013 son 100 los suscriptores y en abril del 2014 ya han llegado a la cifra de 2173. Un crecimiento que Ayllón califica de “muy positivo, nos ha permitido ser sostenibles económicamente, ya que los suscriptores son el motor de nuestro proyecto. Nos encontramos por encima de nuestros objetivos iniciales marcados”. Afirma que “entre los 3 y 5 años de vida de un medio es cuando se encuentra el equilibrio de ingresos-gastos, y el proyecto puede ser sostenible, nosotros lo hemos alcanzado antes de lo habitual”.

En el caso de elDiario.es, se observa como desde septiembre de 2012 hasta junio de 2014 alcanza una cifra de 8.000 socios. La evolución del medio ha tenido un crecimiento muy alto en poco tiempo de funcionamiento en comparación con los tres medios analizados anteriormente. Gil afirma que “la sostenibilidad económica del medio es total, hemos crecido en plantilla y hemos conseguido cerrar el año 2013 con algunos beneficios y subir los sueldos más bajos de la redacción”. Añade que “en el año 2013 ingresamos

1.145.378 euros a través de tres vías: publicidad, socios y venta en quiosco de nuestra revista trimestral, 'Cuadernos'. Afirmó que “la publicidad supuso 787.659 euros, la venta de ejemplares, 20.208, y los socios sumaron en total 337.511 euros.” En cuanto a los costes, el principal sigue siendo la información. “Los salarios de la redacción han sumado 484.520 euros: 388.286 euros en nóminas y 96.234 en cotizaciones a la Seguridad Social. También hemos gastado este año 334.691 euros en colaboradores y 45.868 euros en agencias de noticias y fotografía. En total, el coste de la redacción, de las agencias y de los colaboradores suma 870.366. Podemos decir que nos gastamos en información el 80% de todo lo que ingresamos”, concluye Gil.

4.3 Características formales de los medios

MEDIOS	FUENTES	TEMÁTICAS	ACTUALIZACIONES DIARIAS EN WEB	PERIODICIDAD EN PAPEL	VÍAS DE DIFUSIÓN	SEGUIDORES EN RRSS.	
						Facebook	Twitter
DIAGONAL	Propias	Mov. Sociales Política Economía	4/5	Quincenal	Internet Quioscos Conferencias	90.285	61.800
LA DIRECTA	Propias	Mov. Sociales Política Economía	5/6	Semanal	Internet Quioscos Conferencias	17.247	33.100
LA MAREA	Propias	Sociedad Política Economía Cultura	4/5	Mensual	Internet Quioscos Conferencias	17.000	62.500
EL DIARIO.ES	Europa Press Agencia EFE Propias	Sociedad Política Economía Cultura	19/20 temas propios + Actualizaciones constantes	Trimestral*	Internet Presencia en otros medios (radio,TV)	192.107	227.000

* Revista, no existe edición papel de elDiario.es

Fuente: Elaboración propia

En este apartado, como se observa en la tabla, se encuentran grandes similitudes entre los tres primeros medios, Periódico Diagonal, La Directa y La Marea. Los tres se nutren de fuentes propias, por lo que iguala en mayor o en menor medida las rutinas periodísticas del medio, a diferencia de elDiario.es, que también se nutre de teletipos de agencias. Por tanto, se observa como este hecho repercute en el número de actualizaciones al día de la web, los tres primeros medios con una cifra muy similar, mientras que elDiario.es eleva la cifra a ‘actualizaciones constantes’ durante la jornada. En cuanto a la periodicidad en papel, son Diagonal, La Directa y La Marea los únicos que sacan una versión escrita en papel del mismo periódico, ya que elDiario.es ofrece una revista temática trimestral sin relación estricta con el modelo online del medio. Por otro lado, las vías de difusión muestran un aspecto interesante de estos medios, ya que es la principal forma de darse a conocer en la sociedad. Se observa que Diagonal, La Directa y La Marea aprovechan la presencia en los quioscos como forma de publicidad, así como Internet, conferencias que puedan realizar y el boca a boca. Sin embargo, elDiario.es, al no tener una versión del periódico escrita, utiliza Internet como principal medio para darse a conocer, así como el boca a boca y también la presencia en tertulias televisivas de medios convencionales.

Profundizando más en sus características, Pablo Elorduy, del **Periódico Diagonal** explica que “uno de nuestros puntos fuertes es el contacto directo con los movimientos sociales, y con su agenda; al fin y al cabo, los movimientos sociales son fruto del abuso de poder por parte del sector político



y económico, por tanto, para dar voz a estos movimientos, debemos contextualizar y profundizar al máximo en la explicación de las medidas, tanto políticas como económicas”. Tanto es así, que Elorduy explica que “desde el 2009 ya veníamos contactando con el germen de lo que ahora es la PAH, con la colaboración de Ada Colau, sacando a la luz datos que se comenzaban a conocer sobre la burbuja hipotecaria y las cifras de deshaucios”. Aunque “uno de los temas más

importantes en los que Diagonal se ha centrado han sido las redadas racistas en Madrid. Con un exhaustivo trabajo de investigación previo, sacamos a la luz un tema del que nunca antes se había hablado. Más tarde, a raíz de nuestras informaciones, los medios convencionales también se centraron en el tema de las redadas”. Se puede comprobar con la portada del número 125 del Periódico Diagonal, del 29 de abril al 13 de mayo de 2010.

Diagonal optó desde su nacimiento por una periodicidad quincenal en papel, Elorduy explica que esta decisión “se decidió por el resultado de unos cálculos aproximados en los que se tuvieron en cuenta gastos de distribución e imprenta, y observamos que quincenal era la mejor opción para garantizar la supervivencia económica del medio. Con esto logramos aportar una información más reposada y analítica, pero pegada a cierta actualidad”. Por otro lado, la versión digital les permite tener ese factor de inmediatez necesario, “aunque a veces renunciemos a ese grado de profundización, normalmente si que intentamos sacrificar ese efecto inmediato por intentar trabajar más una agenda interesante” explica Elorduy.

Por otro lado, Marc Font, de **La Directa**, añade que “intentamos huir de la agenda informativa convencional; a parte de las fuentes propias y de cada persona del equipo y colaboradores, una de las principales fuentes de información que tenemos son las personas de los movimientos sociales, que nos ven como uno de sus principales referentes comunicativos y nos aportan

todo tipo de información. A parte también utilizamos datos del registro mercantil, que los hacemos servir para seguir el rastro de operaciones empresariales que podrían ser perjudiciales para la ciudadanía”. Por tanto, al igual que Diagonal, el no depender de una actualidad marcada por teletipos de agencias varía completamente la agenda del medio y sus rutinas periodísticas. También se traduce en las temáticas que abordan, entre ellas destaca el seguimiento y la



trascendencia de la denuncia por las balas de goma y la brutalidad policial por parte de los *Mossos d'Esquadra*. En 2012, una grabación filtrada a La Directa confirmaba que la *Brigada Mòbil* de los *Mossos* había disparado una bala de goma desde 35 metros a la cara de Ester Quintana, las consecuencias fueron la pérdida de un ojo por el impacto de dicho proyectil. Por tanto, esta investigación de La Directa desmanteló la versión oficial del consejero del Interior Felip Puig. A raíz de estos sucesos, que ya venía denunciando La Directa, consiguieron prohibir la utilización de balas de goma en Catalunya. Este hecho se puede comprobar al observar la portada del número 298 de La Directa, del día 12 de diciembre de 2012. Font explica que “este fue uno de los temas que comenzamos a denunciar nosotros y después se trasladó a los medios de mayor difusión. Es evidente que a medida que nuestro grado de incidencia y difusión ha ido aumentando, nos hemos convertido en una herramienta de consulta de los medios convencionales, y en ciertos casos, marcarles nosotros la agenda. Cada vez son más los temas que sacamos nosotros y que después tienen una cobertura en los medios convencionales. Otro aspecto a destacar de La Directa es que es el único medio analizado que intenta escribir mediante un lenguaje no sexista y no androcéntrico.

Este medio ofrece una edición en papel semanal, y es que según explica Font, “en el momento del nacimiento decidimos que la única forma de competir con los medios convencionales era sacar una edición en papel en aquellos momentos ofrecer una edición diaria era imposible, por tanto, por motivos económicos se decidió la periodicidad semanal”. Los temas de más profundización y contextualización los dejan para la edición en papel, de esta forma consiguen realizar unas 5 o 6 actualizaciones diarias en la web con informaciones más ligeras, aunque siempre con un grado de profundización y contextualización alto. En cuanto a las vías para darse a conocer, Font explica que principalmente “son las propias informaciones que trabajamos y sacamos a la luz las que nos han permitido tener cierta notoriedad a través de exclusivas”.

Daniel Ayllón, de **La Marea**, explica que “no nos nutrimos de agencias ni de teletipos, las tres patas de nuestro proyecto son la investigación, el análisis y la cultura. Proponemos temas propios que salen de las investigaciones y buscamos fuentes para contrastar los datos”. Esa política se traduce en

investigaciones cómo el análisis de la revista número de 2 de La Marea, en febrero del 2013, de como el heredero de la monarquía, Felipe de Borbón, aprovecha la Fundación Príncipe de Asturias y Príncipe de Girona para diseñar una corte de empresarios afines con vistas a la sucesión, entre otras muchas.



En cuanto al tema de la periodicidad, Ayllón afirma que “el diario es un formato caduco, nosotros sabemos bien por el cierre del diario Público que la gente para saber la información del día a día se informa a través de Internet. No quiere leer noticias que ya ha leído el día anterior a través de Internet, no tiene sentido. Además, teniendo en cuenta nuestros recursos económicos, pensamos que la periodicidad mensual es un buen formato que permite reposar los temas y buscar contrastar la información”. Por otra

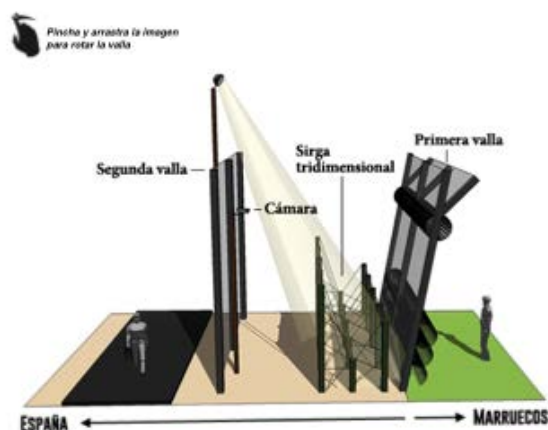
parte, a la hora de darse a conocer el equipo de La Marea cree que “cuando sale a la luz un medio diferente como es La Marea, estás aportando algo diferente a la sociedad, eso a la gente le gusta y lo cuenta a sus amigos”, por tanto se deduce que el boca a boca es una de las vías de difusión importantes para este medio. También se encuentra, por supuesto, Internet y la presencia en los quioscos, así como las conferencias que puedan realizar sobre el ámbito de comunicación.

En este apartado de características formales, se encuentra una diferencia importante entre los tres medios ya nombrados y **elDiario.es**, y es que este último también recibe teletipos de agencias como Europapress y Agencia EFE. Este hecho les permite aumentar el ritmo de actualizaciones durante la jornada. Ante esta situación, Andrés Gil, redactor jefe del medio, concreta que “hay varios ritmos de actualización; la actualización inmediata de la noticia según llega a la redacción por teletipo, y más tarde el enfoque de la noticia para ir más allá del hecho y contextualizarlo. Esto último puede hacerse en la misma noticia publicada en un principio o sacando una pieza diferente”. Otra diferencia importante es que El Diario.es no cuenta con una edición papel en el sentido

estricto, ya que “las redes son el ecosistema perfecto para el medio ágil, moderno y abierto que queremos ser. Eso no significa que despreciemos el papel como formato informativo ni que lo descartemos para cosas puntuales en el futuro” explica Gil. Aunque sí tienen una revista trimestral llamada *Cuadernos*. Respecto a las temáticas, Gil afirma que “empezamos siendo un periódico de economía y política. Ahora hemos ampliado mucho la sección de

Gráfico: Así es la valla de Melilla

El muro, formado por dos vallas de seis metros de altura y una sirga tridimensional intermedia de tres metros, intenta evitar la entrada de aquellos que tratan de huir de la miseria y acceder a Europa.



sociedad y en septiembre hemos abierto la sección de cultura, que antes no teníamos, y hace un año abrimos la sección de tecnología”. Desde elDiario.es defienden unos principios informativos que no son tan próximos a movimientos sociales como pueden ser los del Diagonal o La Directa, pero no por ello su función de denuncia social tiene menos peso. Un ejemplo de ello es el

tratamiento informativo que realizaron sobre la valla de Melilla el 20 de noviembre de 2013, una forma de abordar el tema “que no se había hecho antes, y es que pusimos en duda la versión del Ministerio del Interior, cuando dijo que no mueren inmigrantes en las costas y en las fronteras. Interior mintió. Por tanto, no es una exclusiva, es una información que todos tenían, las declaraciones del ministro, pero que solo nosotros las cuestionamos y dimos una versión crítica y diferente”. Otro aspecto a destacar de este medio es que según afirma Gil, el tener publicidad de grandes empresas o bancos, como El Corte Inglés o Bankia, “nunca nos ha condicionado ni nos condicionará en nuestra información, de hecho hemos publicado informes de Bankia sobre las preferentes muy comprometidos, o la noticia de que el nuevo candidato a director general de El Corte Inglés fue candidato en el partido fascista Falange a las elecciones”. Ejemplo de ello son las noticias publicadas con los titulares “*Bankia colocó preferentes a gente sin formación a través de empleados que no conocían el producto*” [http://www.eldiario.es/cv/Bankia-preferentes-formacion-empleados-producto_0_266673389.html] o, respecto al caso del Corte Inglés, “*El nuevo director general de El Corte Inglés ha sido candidato de*

Falange en tres elecciones” [http://www.eldiario.es/politica/Corte-Ingles-candidato-Falange-ocasion_0_168683623.html]

4.4 Análisis del tratamiento informativo: La Directa – La Vanguardia

Este apartado se basa en un análisis cualitativo de la noticia del desalojo del centro social autogestionado *Can Vies* y la posterior manifestación. De esta forma se procederá a comparar el tratamiento informativo que hacen La Directa y La Vanguardia sobre un mismo hecho. Con este análisis exhaustivo sobre la información se extraerán diferentes resultados que nos servirán para verificar, o no, la hipótesis inicial en el punto 5 del trabajo, las conclusiones.

En primer lugar se analiza la noticia de La Vanguardia, del día 28 de mayo de 2014, siguiendo el orden de la ficha de análisis citada en la metodología. (ANEXO I)

1. Datos técnicos

Sección: Política // Autor: E. Figueredo, L. Benvenuty y J.V. Aroca

2. Elementos de la titulación: “Can Vies enciende las calles”

El titular remarca las consecuencias de la manifestación del anterior día 27 de mayo, en contra del desalojo del centro *Can Vies*. Con el verbo ‘enciende’ se hace referencia al fuego producido por quemar la excavadora que comenzó a derribar el edificio y también al mobiliario urbano quemado durante las protestas. Aunque la posición que ocupa el verbo en el titular da a entender que *Can Vies* es el culpable directo de los destrozos producidos en las calles, y en realidad no es así (un inmueble no puede provocar incendios). Los incendios producidos en las calles son la consecuencia de la última fase de manifestación convocada para protestar contra el desalojo y posterior derribo del centro social *Can Vies*.

3. Los actores

En esta noticia aparecen los tres actores principales del hecho, es decir, el Ayuntamiento de Barcelona, los *Mossos d’Esquadra* y los manifestantes en

contra del desalojo y derribo de Can Vies. Pero no son descritos de la misma forma.

En primer lugar, nombra al TMB (Transports Metropolitans de Barcelona), es decir, al Ayuntamiento, como “propietario del edificio desalojado”, pero no explica que es la entidad que da la primera orden de desalojo y por lo que se producen dichas manifestaciones. Un dato que resulta crucial para entender el porqué de la manifestación.

Por otra parte, nombran a los *Mossos* para explicar los altercados en las calles, describiendo su actuación de la siguiente forma: “Los Mossos cargaron contra un grupo de alborotadores y los azuzaron tratando de impedir esa especie de revuelta urbana”. Unas descripciones que aportan una clara carga positiva a los *Mossos* y que les adjudican la acción de ‘pacificadores’ de los altercados de la manifestación. No explican algunas acciones policiales abusivas como el cordón policial producido en cada puerta de la estación de Sants, antes de la manifestación, en el que se produjeron registros selectivos en base a la apariencia de las personas.

Por último, los manifestantes aparecen descritos por diferentes adjetivos como “*okupas*” o “alborotadores”, y sus acciones en las calles como “violencia callejera” o “especie de revuelta urbana”. Se observa como se enfatiza o se centra en el terreno de la confrontación. Se engloba a todos los manifestantes como causantes de los destrozos, producidos por un sector de encapuchados, después de la manifestación. Por otra parte, Can Vies es llamado como “casa *okupa*” y en ningún momento como ellos mismos se hacen llamar: ‘Centro Social Autogestionado’.

En este apartado cabe señalar algunos actores secundarios que también se nombran, como por ejemplo los vecinos del barrio de Sants. Se apunta que “algunos vecinos” apoyaron a los manifestantes desde sus balcones. El adjetivo “algunos” hace pensar que son pocos, cuando seguidamente afirma: “Aunque también fueron muchos vecinos los que se indignaron”. Esta diferenciación entre “algunos” y “muchos” no describe la realidad del barrio de Sants, ya que la FAVB (Federación de Vecinos de Barcelona) se posicionó en

contra del desalojo de Can Vies. También se nombra a Ramon Espadaler, consejero del ministerio de Interior.

Los hechos se describen en un espacio cerrado, en un tiempo limitado, donde las causas y las posibles soluciones del conflicto no importan. Se puede observar que La Vanguardia en esta noticia adquiere un papel reactivo, es decir, espera el estallido de la violencia para informar, enfatiza solo los efectos visibles de la misma (fuego, daños materiales...).

4. Tratamiento del problema

Toda la atención de la noticia se focaliza en la manifestación y los daños causados al mobiliario urbano y a los vecinos. Se describen detalladamente solo los actos que protagonizaron algunos manifestantes violentos. No se aprecia una contextualización que permita entender la gravedad de los hechos de la manifestación, solo se encuentra una líneas de explicación: *“protestaban por el desalojo y derribo de la casa okupada [...] propiedad de TMB [...] conocido como Can Vies, que llevaba 17 años okupado”*.

→ Del análisis se extrae que la focalización de la pieza ha sido la violencia callejera de algunos manifestantes. Por tanto, en esta noticia, La Vanguardia, solo se ha centrado en una parte del conflicto del desalojo y derribo de Can Vies, la manifestación, y dentro de esta parte, en las acciones violentas de la misma.

Se puede afirmar que el grado de explicación del conflicto es muy bajo. No se encuentra una explicación amplia del porqué de los altercados. También se puede apreciar la poca exploración de soluciones al conflicto por parte de manifestantes o del Ayuntamiento. Las fuentes son muy pocas o ninguna. No se da voz a ninguna de las partes implicadas, solo se nombra al consejero de Interior, Ramon Espadaler, que ordenó actuar de forma contundente, y de forma generalizada a algunos vecinos. Se observa en toda la noticia que “los manifestantes” son los que han ocasionado todo el problema, mientras los Mossos “trataban de impedir una especie de revuelta urbana”. Las fotografías, tanto de la portada como la de la noticia, corroboran este análisis, ya que se

aprecia el fuego de las barricadas en las calles del barrio de Sants, como el incendio de la excavadora que estaba derribando el inmueble Can Vies.

Otro aspecto a destacar es que en ningún momento aparecen cifras de las miles de personas que se manifestaron de forma pacífica en las calles, ni en el texto ni en las fotografías, por lo que se aprecia la falta de neutralidad en la noticia. Además, tampoco se explica en ningún punto del texto que en esas actuaciones policiales se vieron atacados compañeros de profesión, en concreto una periodista de la SER y la redacción del periódico La Directa.

En segundo lugar, se analiza la noticia del mismo día, 28 de mayo, en este caso del periódico La Directa. (ANEXO II)

1. Datos técnicos

Sección: Drets // Autor: David Bou

2. Elementos de la titulación: “Trias desallotja Can Vies i inicia el seu enderroc”

El titular explica el “quién” y el “qué”. Nombra a Xavier Trias, alcalde de Barcelona, y su orden de desalojar Can Vies. Es decir, se aprecia un titular que describe el motivo inicial de todas las movilizaciones posteriores.

3. Los actores

Los tres actores principales del conflicto son nombrados en esta noticia, por una parte el Ayuntamiento de Barcelona, de la mano de *Transports Metropolitans de Barcelona* (TMB), los *Mossos d'Esquadra* y los vecinos del centro Can Vies.

En la noticia, separa en dos partes los actores del conflicto: por una parte se encuentran los *Mossos*, el Ayuntamiento y el TMB, y por otra los activistas y manifestantes del centro Can Vies. En todo momento se da voz a las dos partes del conflicto, citando las declaraciones y peticiones de Can vies para solucionar el problema y por otro lado las declaraciones y respuestas de TMB sobre el mismo. Además, se incluyen las declaraciones de los actores secundarios, como pueden ser la *Federació de Veïns i Veïnes de Barcelona* (FAVB) o la *Cooperativa d'arquitectes La Col*.

A diferencia de La Vanguardia, los hechos se describen en un espacio abierto de tiempo, es decir, busca las causas y las salidas, describe la historia del centro y lo contextualiza para entender los posteriores conflictos, que también son descritos. Podemos observar como se da voz a todas las partes, y se posiciona de una forma preactiva, es decir, preventiva antes del estallido de la violencia, enfatizando los efectos invisibles de la violencia, como puede ser la explicación de lo que supone 17 años de vida de un centro social autogestionado, derribado en unos instantes.

4. Tratamiento del problema

Se observa como la tesis que el autor mantiene en la noticia es la denuncia del derribo, frente a la propuesta de soluciones por parte de Can Vies y la federación de vecinos de Barcelona, así como la descripción posterior de la manifestación. Se aprecia una grande contextualización del conflicto, empezando por los motivos del derribo, la descripción detallada del desalojo del día 26 de mayo, la explicación de la manifestación y en que punto comenzaron los altercados violentos por parte de “encapuchados”, y por último las posibles soluciones propuestas.

→ Del análisis se extrae que la focalización de la noticia se ha centrado en dar voz a todas las partes implicadas, aunque está orientada hacia las partes que no suelen tener voz en los medios convencionales como los vecinos y activistas de Can Vies. Remarca las iniciativas de “paz”, es decir, enfatiza la estructura pacífica del centro social y propone la resolución del conflicto. También expone los actos de la manifestación, explicando la quema de una unidad móvil de TV3 y que a partir de ese momento se sucedieron todas las cargas policiales. Por tanto, el grado de explicación y contextualización del conflicto es amplio. Las fotografías de la noticia enfatizan la “no-violencia”, aparecen en portada la excavadora derrumbando el centro social Can Vies y en la noticia la cabecera de la manifestación contra el derribo.

5. Conclusiones

Después del estudio de los medios de comunicación alternativos Diagonal, La Directa, La Marea y elDiario.es se ha podido llevar a cabo una investigación desarrollada entorno a unos objetivos claros: analizar porque surgen estos nuevos medios y su evolución, analizar su modelo de funcionamiento y estructura de trabajo, probar su independencia de poderes externos y económicos y, por último, comprobar su calidad informativa analizando una noticia de un medio alternativo y otro convencional.

La primera hipótesis (H1) que se plantea es la afirmación de que existe la posibilidad real y practicada de un modelo de periodismo en auge, independiente y de calidad. Los resultados obtenidos en la investigación muestran que esta hipótesis es correcta. De los cuatro medios alternativos que hemos elegido todos han conseguido salir adelante y han ido incrementado su volumen de suscripciones, su principal fuente de viabilidad económica. Cabe destacar este incremento por parte de La Marea y elDiario.es, que en solo tres años han conseguido generar un gran impacto en la sociedad, llegando a 8000 socios en el caso de elDiario.es. Por otra parte, analizando su modelo de funcionamiento y su estructura organizativa, se ha comprobado que el trabajo de los profesionales de la información no está condicionado por ningún poder externo o económico. Esto es posible gracias a las diferentes fórmulas de funcionamiento analizadas, que permiten ser a los periodistas los dueños, por decirlo de alguna forma, de los medios, y ocupar un porcentaje muy alto de la propiedad. En el caso de Diagonal y La Directa, la propiedad es al 100% de los trabajadores, mientras que en La Marea y elDiario.es esta cifra representa el 70%. Además, se debe destacar que existen muchos más ejemplos de medios alternativos en el Estado español que han salido adelante y se encuentran a día de hoy realizando un papel informativo importante en la sociedad, como por ejemplo Kaosenlared, Periodismohumano, Alternativas Económicas, InfoLibre, entre otros. Otro hecho que corrobora esta hipótesis, aunque no concretamente por los resultados obtenidos, es el surgimiento de otro medio mientras se estaba realizando el trabajo de investigación. Es el caso de 'Crític', nacido el martes 20 de junio, un medio basado en reportajes de investigación que editará una cooperativa de periodistas y se financiará mediante suscriptores. La

campaña de micromecenazgo tenía como objetivo reunir 25.000 euros en un mes, y alcanzaron la cifra en cuatro días. Por otra parte, esta primera hipótesis es correcta en el sentido de la independencia de estos medios

Respecto a la segunda hipótesis (H2), se puede afirmar que es correcta, gracias a los resultados obtenidos en la investigación. En primer lugar, esta hipótesis afirmaba que el funcionamiento de estos medios es viable y sostenible económicamente. Este factor es completamente correcto. En el análisis realizado de la propiedad y los ingresos de los medios, se ha observado que los suscriptores se convierten en la base principal de sostenibilidad, aunque en el caso de elDiario.es, la publicidad adquiere un porcentaje mayor que en los otros medios, ya que no adopta criterios éticos a la hora de contratar anunciantes. También cabe señalar que el medio La Directa se encuentra en reconversión del modelo de funcionamiento hacia una cooperativa, para una mayor sostenibilidad económica y profesionalización periodística. En este momento cabe recordar la frase de Ayala Ramírez (1996): “Frente a los que sólo buscan ser competitivos motivados por el éxito y el lucro, los medios alternativos pretenden una oferta comunicativa de mejor calidad, al servicio de algo mucha más determinante que la mera rentabilidad económica: hablamos de la posibilidad de construirnos como personas y sociedades libres”. Es aquí donde nos centramos en la segunda parte de la hipótesis, la viabilidad y la sostenibilidad social. Las informaciones que ofrecen estos medios van más allá de buscar solo un impacto en la sociedad, buscan transformarla y crear en ella un sentido crítico que despierte conciencias. La razón de la existencia de estos medios es la idea de moralizar y democratizar la información, ya que si esta no funciona de forma independiente, el debate democrático nunca podrá tener un buen funcionamiento. Por tanto, para valorar la sostenibilidad de estos medios, se tiene que llegar a un equilibrio que permita comprobar no solo el aspecto económico, sino también su función social.

Por último, la tercera hipótesis (H3) se verifica en su totalidad. En la introducción se plantea que el medio alternativo ofrece una visión más plural, contextualizada y veraz de los hechos que un medio convencional, en este caso sobre el desalojo del centro Can Vies. Después de analizar dos noticias,

de La Directa y de La Vanguardia, del día 28 de mayo sobre la manifestación anterior por el desalojo de Can Vies, se puede verificar la hipótesis. El medio alternativo ofrece un nivel de contextualización muy alto, y aporta fuentes y declaraciones de muchas partes del conflicto. Mientras que el medio convencional se centra solo en los desperfectos ocasionados por un grupo al final de la manifestación. Aunque esta hipótesis también se puede corroborar en gran medida observando los resultados obtenidos en el análisis de estos medios, ya que todo su modelo de funcionamiento está enfocado a no tener que 'vender' los niveles de audiencia para contratar publicidad de empresas anunciantes, y de esta forma alcanzar el objetivo de no mercantilizar la información y mantener su independencia editorial.

Finalmente, después de presentar las conclusiones, se cree necesario describir algunos inconvenientes y limitaciones encontradas en la investigación del trabajo. La novedad implica un grado de dificultad en el nivel de los objetivos o finalidades que se plantea cada uno de estos medios analizados. Es decir, no es exagerado afirmar que los medios alternativos se encuentran en fase de definición y transformación. A pesar de tener claros sus objetivos, aún están trabajando en cómo se deben alcanzar, y esto lo observamos con las diferentes formas de funcionamiento que tiene cada medio analizado, distintos modelos de llevar a cabo el periodismo para ofrecer una información más plural y sin presiones económicas. Por tanto, la forma de estudiarlos y los criterios en los que basarse están en continua evolución. El nivel de experimentación es otro de los inconvenientes que presentan los nuevos medios o formas de comunicación para ser estudiados. Algunos de estos medios no han terminado su nivel de maduración o consolidación, por tanto se puede ir más allá, y considerar que quizá la naturaleza de estos medios sea esta precisamente: la experimentación continua dentro de un proceso de innovación en el campo de la comunicación.

A partir de esta investigación se abren otras temáticas que pueden ser objeto de estudio en nuevos trabajos de análisis en el campo de medios alternativos y crisis del periodismo convencional. Por ejemplo, hasta qué punto han influenciado este tipo de medios alternativos en la agenda mediática de los *mass media*.

6. Bibliografía

AMBROSI, A & PEUGEOT, V & PIMIENTA, D. (2005). *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. C&F Éditions

BERGANZA CONDE, M^aRosa & RUIZ SAN ROMÁN, José A. (2005) *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill

CEBRIÁN, J.L. (1998). *La red*. Madrid: Taurus

DE LOS REYES, D. (1999). *Elementos para caracterizar los “nuevos” medios de comunicación*. Revista Latina de Comunicación Social, julio del 1999. Artículo disponible en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/cartagena/68acely.htm>

[Consulta: 2 de mayo de 2014]

DOWNING D.H J. (2001) *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. USA: Sage Publications

GRAHAM, G. (1999). *Internet, una indagación filosófica*. Madrid: Cátedra

GRAZIANO, M. (1980) *Para una definición alternativa de la comunicación*. Artículo disponible en:

<http://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf>

[Consulta: 4 de mayo de 2014]

GUMICIO, A. (2001) *Haciendo olas: Historias para la comunicación participativa y para el cambio social*. New York: The Rockefeller Foundation

LÓPEZ GARCÍA, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

RABOY, MARC (2003). *Media and Democratization in the Information Society*. Artículo disponible en:

[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/70870613ae33162380256b5a004d932e/26be21c65b15a339c1256e550056a85f/\\$FILE/raboy.pdf](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/70870613ae33162380256b5a004d932e/26be21c65b15a339c1256e550056a85f/$FILE/raboy.pdf)

[Consulta: 10 de abril de 2014]

RAMÍREZ AYALA, C. (1996) *Medios de comunicación alternativos: rasgos, logros, obstáculos y retos.*

RAMONET, I. (1993). *Medios de Comunicación, sociedad y democracia.* Artículo disponible en:

http://rseap.webs.upv.es/Anales/93_94/A_Medios_de_comunicacion.pdf

[Consulta: 23 de abril de 2014]

RUSIÑOL, P. (2013). *Papel Mojado.* Barcelona: Debate

SÁEZ BAEZA, C. (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación.* Artículo disponible en:

<http://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>

[Consulta: 2 de mayo de 2014]

VILCHES, L. (2011) *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital.* Barcelona: Gedisa Editorial

WILLIAMS, R. (2000). *Palabras clave: Un vocabulario de la cultura y la sociedad.* Buenos Aires: Nueva visión

WOLF, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* Barcelona: Paidós

MIÉRCOLES, 28 DE MAYO DE 2014

www.lavanguardia.com Número 47.651 1,30 euros

LA VANGUARDIA

FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ



García Márquez y Vargas Llosa

La historia jamás contada del 'boom' latinoamericano

CULTURA 30 A 32



LOS AÑOS DE 'AJOBLANCO'

623

Los años de 'ajoblanco'. La revista que luchó por la libertad y la cultura en un país de dictaduras

El descenso de visitantes rusos preocupa al sector turístico

VIVIR 1 A 3 Y EDITORIAL

La UE intenta reinventarse bajo el síndrome del 25-M

► *Hollande advierte que habrá más votos contra Europa si no hay cambios*

Rajoy dice que entiende a quien no le ha votado

► *Cameron sentencia que la Unión es demasiado "mandona"* INTERNACIONAL 3 A 5



Manel Prat

El director de los Mossos dimite al retirarle ERC su apoyo

• ICV iba a pedir en el Parlament el cese de Manel Prat por el caso de Ester Quintana POLÍTICA 15



Noche de incidentes. Los manifestantes quemaron numerosos contenedores tanto en Sants como en Gràcia

La protesta por Can Vies provoca graves destrozos

• Una excavadora acabó quemada y hubo incidentes en varios distritos de Barcelona

La protesta contra el desalojo de okupas y posterior derribo de Can Vies, en Sants, desembocó ayer, por segundo día consecutivo, en numerosos incidentes que se repartieron por varios barrios de la ciudad de Barcelona, incluido un intento de asalto a la sede de Convergència Democràtica, en la calle Còrsega, abortado por la policía. POLÍTICA 17

RANGE ROVER EVOQUE URBAN CAPABILITY DESDE 30.700 €

Y por 2.250 € más llévate este equipamiento adicional:

Land Motors - Solmòbil 4x4 93 276 63 11 www.landroverbarcelona.com



Evacuación de una víctima

La toma del aeropuerto de Donetsk acaba en una matanza

INTERNACIONAL 6

press reader Printed and distributed by PressReader PressReader.com, s. r. l. 484 276 4624

Can Vies enciende las calles

BARCELONA Redacción

Anoche se reprodujeron los enfrentamientos entre manifestantes que protestaban por el desalojo y el derribo de la casa *okupada* Can Vies, en Sants, y los Mossos d'Esquadra. Grupos de manifestantes incendiaron la excavadora que lleva a cabo el derribo y protagonizaron actos de violencia callejera como la quema de contenedores o la rotura de escaparates y cajeros automáticos. Se produjeron réplicas de los altercados de Sants en el distrito de Gràcia y se hicieron llamamientos en internet para llevarlos a otros barrios como Clot y Poble Sec. Al cierre de esta edición, se habían practicado seis detenciones.

La parada del metro de Plaça de Sants fue cerrada provisionalmente por precaución y toda la zona se cerró al tráfico rodado, mientras que el distrito entero

VIOLENCIA CALLEJERA

Los manifestantes montaron barricadas y quemaron decenas de contenedores

LA PROTESTA SE EXTIENDE

Las acciones de protesta salen del barrio de Sants y alcanzan otras zonas

fue acordonado por los Mossos d'Esquadra y la Guardia Urbana. Pero ello no impidió que grupos de manifestantes montaran al caer la tarde y bien entrada la noche barricadas en la calle de Sants, la vía comercial más importante del barrio, y consiguieran llegar y prender fuego a la excavadora que está derribando desde el lunes el edificio desalojado, propiedad de TMB. Algunos vecinos apoyaron desde los balcones a los manifestantes haciendo sonar cacerolas, aunque también fueron muchos los que se indignaron por los alborotos y hasta colaboraron apagando con cubos de agua algunos contenedores.

Al final de la noche, las acciones se diseminaron por otras zonas de la ciudad y una marcha de manifestantes se dirigió hacia la sede de Convergència, en la calle Còrsega donde se rompieron las puertas a pedradas y realizaron pintadas en las fachadas. En las inmediaciones se estableció un cordón policial para impedir la aproximación de manifestantes. También hubo cortes de tráfico en otras zonas de la ciudad como Poble Sec, donde la avenida Paral·lel estuvo ocupada por manifestantes. Y lo mismo sucedió en la Diagonal y en Gràcia, donde hubo protestas en Gran de Gràcia y quema de contenedores en Torrent de l'Olla. También hubo lanzamiento de piedras en la sede del distrito de Sant Martí.

La manifestación en Sants había sido convocada para protestar contra el desalojo y la inmediata demolición del inmueble co-

nocido como Can Vies, que llevaba 17 años *okupado*.

Los Mossos cargaron contra los alborotadores y los azuzaron tratando de impedir esa especie de revuelta urbana con decenas de focos a la vez. La situación se tornó tan complicada que se llevaron refuerzos de otras regiones policiales tan lejanas como Tarragona. Fuentes de Interior aseguraron que el conseller Ramon Espadaler ordenó actuar de forma contundente.●

Información elaborada por E. Figueredo, L. Benvenuty y J. V. Aroca



Algunos manifestantes prendieron fuego a la excavadora que lleva a cabo la demolición del edificio

ROSER VIALLONGA



TOYOTA

TOYOTA AURIS HYBRID

por **18.990 €**



Con todo este equipamiento valorado en **4.500 €**



CAMBIO AUTOMÁTICO (6 CVT)



CLIMATIZADOR



LLANTAS DE ALEACIÓN



VOLANTE MULTIFUNCIÓN



SISTEMA MULTIMEDIA TOYOTA TOUCH 2



CÁMARA TRASERA



CONTROL DE CRUCERO



YACCHO MÁS

PLAN PIVE INCLUIDO





Toyota Auris Hybrid Active. PVP recomendado: 18.990 €. IVA, transporte, impuesto de matriculación, promoción, aportación del concesionario, 3 años de garantía o 100.000 km (lo que antes suceda), 3 años de asistencia en carretera y Plan PIVE-5 incluidos. Otros gastos de matriculación, pintura metálica y equipamiento opcional no incluidos. Oferta válida hasta fin de mes o fin del Plan PIVE-5 (lo que antes suceda) en Península y Baleares. Promoción no acumulable a otras ofertas o descuentos. Quedan excluidos de esta promoción los vehículos para flotas. El modelo visualizado no coincide con el modelo ofertado. Oferta ofrecida por Toyota España S.L.U. (Calle, Brucelles, 22 - 28108 - Madrid) y su red de concesionarios. Para más información consulta en tu concesionario habitual o en www.toyota.es

Consumo medio (l/100 km): 3,6. Emisiones CO₂ (g/km): 84.

TOYOTA HYBRID

press reader Historial del distribuidor by Proveedor
pressReader.com - +1.604.278.4604



D

Directa

setmanari de comunicació

Núm 363 28 de maig de 2014 1,70 €

L'espurna de Can Vies encén la protesta

L'Ajuntament de Barcelona pretén enderrocar l'edifici. Les mostres de solidaritat i les protestes s'estenen arreu del territori

PÀGINA 5



El renaixement de la **dreta radical** a Europa

2-3



Demostració de força veïnal de la lluita pel casal de l'**Harmonia**

8



Multireferèndum: fer créixer la democràcia d'arrel

A fons



'Queremos Galego': **Galícia** es mobilitza en defensa de la llengua

14-15

/ VÍCTOR SERRI



DRETS // ELS MOSSOS ATAQUEN LA REDACCIÓ DE LA DIRECTA DESPRÉS DE LA MANIFESTACIÓ CONTRA EL DESALLOTJAMENT

Trias desallotja **Can Vies** i inicia el seu enderrocc



David Bou
@dvdbou

Disset anys de vida convertits en runa de la nit al dia. Aquesta és la ferida oberta que l'Ajuntament de Barcelona, de la mà de Transports Metropolitanos de Barcelona (TMB) i el cos de Mossos d'Esquadra, deixen al barri de Sants de Barcelona. El dilluns 26 de maig a la una i vint del migdia, els primers efectius de l'operatiu per desallotjar el Centre Social Autogestionat Can Vies arribaven al carrer Jocs Florals. Dins de l'immoble, onze activistes es preparaven per resistir el desallotjament. Després de gairebé sis hores, la Brigada Mòbil dels Mossos va aconseguir treure de l'edifici la darrera persona que encara hi resistia, encadenada darrere una paret de formigó armat amb bombones de butà. Paral·lelament i durant tot el dia, milers de persones es van acostar a la plaça de Sants per mostrar el seu rebuig al desallotjament i es van produir diversos moments de tensió entre les persones concentrades i la policia, que va respondre amb cops de porra qualsevol intent de desobediència pacífica. A les vuit del vespre, milers de persones de diversos barris de la ciutat i de fora de l'àrea metropolitana es van aplegar a la plaça Joan Peiró sota un

intens xàfec primaveral. Després d'uns moments d'incertesa, quan la pluja va remetre, quatre-mil manifestants van enfil·lar cap a la plaça de Sants, on les organitzadores van desconvocar la marxa, poc abans de les nou. Minuts després, un nombros grup de persones encaputxades van abocar contenidors per fer una barricada en un dels accessos a la plaça de Sants i van incendiar una unitat mòbil de TV3 estacionada al mateix indret. A partir d'aquell moment, els Mossos van començar a carregar per tot el barri provocant corredisses i deixant diverses persones contusionades i ferides al seu pas. El balanç final va ser de dues persones detingudes i almenys una desena més d'identificades.

ATAC POLICIAL A LA DIRECTA

Una hora després que es desconvocàssin la marxa, mentre s'estaven produint aldarulls a d'altres carrers de Sants, dos furgons d'antidisturbis van travessar el carrer Riego fins a arribar a la porta de la redacció d'aquest setmanari. En aquells moments, una desena de membres de la DIRECTA es trobaven reunides a l'interior del local i la porta del carrer romania oberta i hi havia diverses persones xerrant a l'exterior. En veure que les furgonetes policials s'aproximaven, tothom es va refugiar a l'interior de la redacció

i es va tancar la porta d'accés al local. Mentre la persiana motoritzada baixava, diversos agents de la furgoneta 0071 de la Brigada Mòbil la van forçar per evitar que baixés i van etzibar dos cops de porra contra el vidre de la porta, que es va trencar i va causar ferides per l'impacte dels cristalls esmicolats a dues persones que es trobaven dins del local. Minuts després, quan tot semblava que havia passat, els antidisturbis es van tornar a acostar a les portes tancades del local dues vegades i van agredir les persones que hi havia a peu de carrer, entre elles, una periodista de la Cadena SER.

MENTIDES DE TMB I L'AJUNTAMENT

L'enderroc de l'edifici de Can Vies es va començar a fer efectiu el mateix vespre del dimarts. Simultàniament, diversos col·lectius i entitats del barri de Sants i d'arreu del territori van expressar la seva solidaritat amb el centre social autogestionat, que abans del desallotjament ja havia recollit dues-cents trenta-sis adhesions de col·lectius. El Centre Social de Sants, entitat degana del moviment veïnal del barri, va fer públic un comunicat que ha rebut el suport de la Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona (FAVB). En aquesta missiva, el Centre Social manifesta el seu "rebuig total al desallotjament de

Can Vies" i afirma que l'Ajuntament "no té cap pla concret ni cap necessitat per satisfer" allà on s'ubicava l'edifici. Per això demanen al consistori que "mantingui l'edifici, repari els desperfectes causats i el retorni als joves del barri". Al seu torn, TMB ha fet públic el seu posicionament i ha afirmat que el seu objectiu era "recuperar la possessió efectiva d'aquesta propietat i evitar danys als ocupants i els veïns, ja que es tracta d'una edificació en mal estat". Aquest extrem ha estat desmentit reiteradament per les ocupants de l'immoble, que han comptat amb l'assessorament tècnic de la cooperativa d'arquitectes La Col. Aquest grup de professionals va donar el seu aval a un informe tècnic per insonoritzar i condicionar Can Vies, proposta que el regidor convergent del districte de Sants-Montjuïc, Jordi Martí, va rebutjar. La darrera proposta de l'Ajuntament, que Can Vies qualificava com a "inacceptable", pretenia que les ocupants abandonessin l'edifici voluntàriament per valorar l'estat de l'espai, assumir el ple dret de titularitat i fer una proposta que, en un futur, permetés destinar-lo a les entitats. L'assemblea del

La manifestació en suport a Can Vies al seu pas per l'avinguda Sant Antoni el 26 de maig / VÍCTOR SERRI

El Centre Social de Sants demana al consistori que "mantingui l'edifici, repari els desperfectes i el retorni als joves del barri"

centre ha denunciat reiteradament que el consistori no tenia cap voluntat d'acceptar un model de gestió de l'espai que rebutgés la tutela institucional. A la nota de premsa, TMB afirma que "no pretén obtenir un profit o rendiment immobiliari del solar" i ha anunciat que el terreny "es posarà a disposició de la ciutat per desenvolupar el planejament existent i completar la urbanització de l'entorn de les vies fèrries de Sants i l'estació de metro de Mercat Nou". En el moment del tancament d'aquesta edició, el dia després del desallotjament de Can Vies, centenars de manifestants havien cremat l'excavadora que estava efectuant l'enderroc. Els aldarulls es van estendre per tot el districte de Sants-Montjuïc i van aparèixer noves convocatòries a d'altres barris de Barcelona i municipis del Vallès i el Maresme. ◀