

Construir y fortalecer una relación | Módulo 3 [opcional]

[00:00:12] **Naimid Cirelli** Hola, ¿cómo estás? En este módulo hablaremos sobre cómo construir y fortalecer una relación con tus lectores, televidentes u oyentes a partir de una perspectiva con comunidad. Y también hablaremos sobre por qué es tan importante tener un rol de editor o editora de comunidades que tengan características periodísticas para gestionarla.

[00:00:32] **Naimid Cirelli** Construir o detectar una comunidad requiere empezar a mirar y escuchar qué temas de interés circulan a través de las redes sociales. Por eso podemos tomar distintas herramientas que ofrecen, por ejemplo, disciplinas como el marketing digital, pero es importante hacerlo desde una perspectiva y una visión periodística. Podemos, por ejemplo, empezar a buscar las búsquedas de Google o lanzar una encuesta en redes sociales que nos permitan obtener estos datos, siempre teniendo y valorizando la sensibilidad de estar pensando también los temas de agenda. Como decía, podemos tomar herramientas de otras disciplinas, pero es súper importante valorizar el rol del periodista. De la misma manera que hablamos de este desarrollo del olfato, de caminar las calles, se tiene que caminar las redes sociales y de esta manera empezar a detectar historias, focos, incluso un lenguaje en común con las personas que te siguen.

[00:01:27] **Naimid Cirelli** Una vez detectada esta comunidad, tienes que preguntarte cuál es el rol que cumplirá el medio para apoyar las necesidades que tienen. ¿Llevarás información que es válida y que está verificada y que esta comunidad no accede de otra manera? ¿Ayudarás a contar historias de manera más impactante que están invisibilizadas o quizás también puedes servir como núcleo de juntar, abrir conversaciones entre ellos? Estas pueden ser algunas de las preguntas disparadoras que te hagas para empezar a pensar tu rol allá adentro. Recuerda que en una comunidad tu voz no va a ser unilateral y no bajará desde arriba. Entrarás a un espacio que es mucho más colaborativo y de iguales y donde también tienes que estar dispuesto a recibir críticas e incluso debatir. En redes sociales los periodistas no son los únicos creadores de contenidos. La relevancia y el impacto de tu trabajo periodístico compite también con la creación de contenidos de influencers o de creadores. Estos están desarrollando videos, memes chistosos que también impactan y compiten por la atención de las personas que te siguen. Y es importante entender que la atención de las personas es algo muy valioso y que empezar a medir y entender cómo brindar un mejor servicio te puede ayudar a mejorar.

[00:02:46] **Naimid Cirelli** Ya hablamos de la teoría. Ahora voy a compartir tres ejemplos concretos de buenas prácticas que hicieron medios digitales independientes y te pueden servir a ti de inspiración. El primer ejemplo viene de Paraguay, de un medio digital que se llama El Surti y que si no lo conoces, primero te invito a seguir sus redes sociales. Este es un medio que trabaja con ilustraciones y cuenta con dibujos y con textos muy cortos, historias complejas. Además, una de sus características es que trabaja muy en conjunto con su comunidad y tienen un lenguaje desde el humor que hace que tenga una relación muy cercana. Durante la pandemia en este país hubo varios incendios forestales que preocuparon a su comunidad y ellos detectaron este tema. Por eso crearon un espacio virtual donde empezar a hacer conversaciones interdisciplinarias y personas que le preocupaba el tema de la crisis climática. Bajo el lema "necesitamos más que esperar las lluvias" empezaron a crear estas conversaciones en Discord --, que es una herramienta de mensajería que prioriza el sonido y el intercambio oral para crear conversaciones -- unieron a esta comunidad y empezaron a tener estas entrevistas virtuales. Lo interesante de este ejemplo no es solo el espacio que crearon de conversación, sino que allí empezaron a detectar que la audiencia que le seguía, esta comunidad, estaba angustiada

con respecto a la noticia de los incendios. En un contexto de pandemia, de encierro, de estar haciendo un montón de cosas para que esto cambie ver de repente su país incendiarse los desanimaba. Haber detectado eso y entender el humor de su comunidad y las personas que lo siguen les ayudó a mejorar sus contenidos, a crear algunos mensajes que animaban a estas personas, incluso a chistes que podían descomprimir un tema muy complejo y desanimante, que sirvieron de material valioso para estas personas y los acompañaron. Esa es la sensibilidad periodística de la que hablo.

[00:04:45] **Naimid Cirelli** El segundo ejemplo es de un medio llamado Latfem, que es un medio de nicho con perspectiva feminista que brinda información para América Latina y el Caribe, y que tiene sede aquí en Argentina. Durante el debate sobre el aborto legal en mi país, en Argentina, Latfem hizo distintas coberturas para abordar esta temática que claramente le preocupaba a la comunidad de la que son parte. En este caso, ellas no solo brindaron información, sino que quisieron involucrar a la comunidad en la producción del contenido. Identificaron que otros medios masivos estaban hablando sobre este tema de una forma bastante peyorativa o negativa, entonces decidieron hacer una conversación en redes sociales, eligieron hacerlo en Twitter bajo el hashtag #JuntasAbortamos. Con este lema salieron a preguntar a su comunidad si efectivamente transitaban los abortos, que hasta ese momento eran ilegales, de forma solitaria y escondida, o si había otros tipos de historias. Lo importante es que la comunidad que rodea Latfem se apoderó o se identificó tanto con este hashtag que empezaron a aparecer un montón de historias que de otra manera no hubiesen aparecido. Este hashtag fue trending topic y mostraron historias que se hablaba desde una perspectiva de sororidad, de solidaridad y lazos entre ellas. Fue un espacio no solamente para hablar, sino también para reflexionar y para dar una voz en conjunto. Para cerrar la acción en redes sociales, Latfem decidió tomar todas estas distintas experiencias cortitas que estaban escritas en tweets y pasarlo a gráficas, a dibujos y videos. En algún momento estos dibujos y gráficas empezaron a llegar incluso desde parte de la comunidad que tenía ilustradores y que regaló ese material al medio.

[00:06:41] **Naimid Cirelli** El tercer ejemplo es otra experiencia aquí en Argentina de Anfibia, una revista digital de crónicas y no ficción que hace investigación y también cubre Latinoamérica. Revista Anfibia decidió lanzar el laboratorio de periodismo performático, que fue una apuesta que mezclaba o hacía convivir el periodismo de investigación con artes como matriz de generar algo más innovador y que conmueva a sus lectores. A través de esta experiencia crearon distintas intervenciones, espectáculos, performance, incluso obras de teatro, donde traían toda esa información de investigación de una forma innovadora al mundo real. Quizás esta experiencia parece bastante disruptiva porque ya no estamos hablando de las redes sociales, sino que estaban llevando esa relación con su comunidad al mundo real. Pero realmente creo que mostró qué tanto una persona se puede involucrar con un medio que puede empezar a asistir a estas, a estos espectáculos, y que realmente logró en ese microespacio y momento generar mucho impacto y conmover. Después estas historias se contaron en las redes sociales.

[00:07:58] **Naimid Cirelli** Hasta aquí el tercer módulo. Nos vemos en el siguiente bloque para hablar de otro concepto clave que es el engagement.