

EN DIRECTE I AL MÒBIL

En ple procés d'experimentació,
Facebook Live obre un nou camp a molts mitjans

TEXT NEREIDA CARRILLO



L'aplicació de Facebook acosta
encara més les notícies als
mòbils. Foto: Pexels

Molts mitjans de comunicació s'han apuntat al Facebook Live i retransmeten en temps real a les xarxes socials, que són vistes sobretot des del mòbil. Una pràctica que aporta frescor i proximitat i que, a més, acostuma a generar fidelitat. Tot i això, aquesta eina –que no té ni dos anys de vida–, encara genera certs dubtes, sobretot en l'entorn professional, en què es debat sobre els usos adequats i fraudulents. L'audiència no té tants miraments i acostuma a respondre amb molts visionats.

El cel està moix a Londres. El vent desendrega els cabells de la periodista que retransmet per Facebook Live el minut de silenci en homenatge als cinc morts de l'atac terrorista al pont de Westminster i al Parlament britànic. Els internautes observen en temps real com moltes persones declinen oferir unes paraules per a un *spanish newspaper*.

Des que a principi de 2016, la plataforma de Mark Zuckerberg va estendre a tothom la possibilitat de retransmetre vídeo en directe, molts mitjans s'hi han apuntat. Manifestacions, ambients de concerts, minuts previs de competicions esportives o actes polítics

DES QUE, A PRINCIPI DE 2016, LA PLATAFORMA DE MARK ZUCKERBERG VA OFERIR RETRANSMETRE EN DIRECTE, MOLTS MITJANS S'HI HAN APUNTAT

són oferts a l'audiència, que els pot veure en directe amb l'aparell que porta a la butxaca. Però en paral·lel a l'auge d'aquesta eina, també han crescut els debats professionals al voltant de la seva utilització.

El director de nous formats de Nació Digital, José Manuel Gutiérrez, explica que en l'últim any i mig han experimentat força amb Facebook Live, però recalca que ja estaven fent *streamings* des del 2003. "L'actitud del vídeo i del directe l'hem tingut sempre", afirma. Amb Facebook Live, ja han cobert el Mobile World Congress, el conflicte pel banc expropiat, l'ambient d'alguns concerts o l'entrada de l'expresident Mas i els membres de la mesa del Parlament a la seu judicial. "A la tecnologia del directe, que ja estava inventada, se li suma ara la viralitat", assenyalava.

A la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) també van fer provatures amb la nova eina de Zuckerberg, el 2016, i van incorporar-la. Un dels darrers Facebook Live va ser la retransmissió de l'acte en què es va informar de la data i la pregunta del referèndum. El senyal del 3/24 es va emetre també per aquesta xarxa social. "Com a servei públic, hem d'intentar informar el màxim de persones en el màxim d'entorns", explica Geni de Vilar, adjunta a la direcció de Mitjans Digitals de la CCMA. També empren altres formats, com ara el de pregunta i resposta–amb experts a informatius o amb actors a programes– i l'entre bambolines –l'anomenat *behind the scenes*–, tot plegat amb l'objectiu de fidelitzar l'audiència.

FIDELITZAR I ENRIQUIR

La possibilitat d'emetre vídeo en directe per xarxes suposa un valor afegit per als diaris en paper i les ràdios. Però les televisions, a vegades, s'ho miren amb suspicàcia. No volen que comprometi el directe principal o competeixi amb l'emissió pel web i les apps pròpies. "L'audiència de Facebook no la tenim auditada ni comercialitzada", recalca De Vilar, que explica com a la CCMA

"A LA TECNOLOGIA DEL DIRECTE, QUE JA ESTAVA INVENTADA, SE LI SUMA ARA LA VIRALITAT"

José Manuel Gutiérrez, Nació Digital

s'opta per estratègies diferents a la ràdio i a la televisió. "A la ràdio, l'utilitzem com a segona pantalla que ens complementa el directe radiofònic. En canvi, en televisió, empren el directe de xarxes abans o després del directe televisiu, mai durant.", afegeix.

DEU CONSELLS PER A UN DIRECTE EFICIENT A XARXES

1. Planifica la retransmissió

Pensa què faràs, per on et mouràs, què explicaràs i a qui entrevistars. Tria bé l'escenari: has de garantir unes bones condicions de llum i de so.

2. Assegura't una bona cobertura

Llocs on la xarxa de telefonia mòbil està saturada no són adequats. En algunes manifestacions multitudinàries, caldrà fer directes des d'una distància prudencial.

3. Posa l'equip a punt

Cal que el telèfon mòbil estigui carregat. És prudent netejar la càmera i el micròfon de l'aparell abans de la retransmissió.

4. Pensa com un periodista televisiu

Els professionals que condueixen els directes per xarxes han d'incorporar les habilitats dels periodistes televisius: saber improvisar, mirar bé a càmera o tenir una bona dicció.

5. Estabilitza la imatge

Es poden emprar suports per estabilitzar la imatge. Una opció són els aparells de l'empresa catalana Shoulderpod.

6. Cuida el so

Cal que el so arribi correctament, evitem llocs massa sorollosos. Una tela o recobrir el telèfon amb un mitjà ajuda a filtrar el so ambient.

7. Contextualitza i parla amb la gent

Cal que el directe de xarxes estigui ben contextualitzat, tant amb un post prou descriptiu i explícit que el presenti, com amb un periodista que vagi oferint antecedents. Es valora entrevistar el públic.



Els directes al mòbil ja són un fet habitual. Foto: Parlament Europeu.

8. Fes una retransmissió extensa

Cal pensar en la lògica de consum digital i no pas en la lògica televisiva. Si els directes són llargs, donarem més temps perquè la gent se n'assabenti i entri. Si, en canvi, són curts, arriben a menys gent. Una durada d'entre 30 i 50 minuts pot ser adequada.

9. Compte amb els drets

Cal assegurar-nos que tenim drets per emetre determinades imatges per xarxes i que les persones que surten ens en donen el consentiment.

10. Ginys, software i apps

Cal estar al dia de les innovacions. Hi ha diferents ginys útils i també aplicacions com, per exemple, WireCast o OBS Studio que permeten realitzar un *streaming* multicàmera i realitzar el senyal.

En altres països fan el mateix. El plató es mostra des d'un angle lateral inusual. El periodista promet als internautes que veuran com es produeix l'informatiu de les sis de la tarda de la BBC. A la dreta, descobrim com maquillen el presentador. El *behind the scenes* és un format molt llaminer.

A TV3, també el van experimentar i, segons De Vilar, el van veure més de 74.000 persones. El Facebook Live de més èxit, però, amb 775.000 visionats, —dels quals 211.000 de més de 10 segons— va ser el previ a la final de la Lliga de Campions de l'any passat. “Estem

molt acostumats al vídeo editat. El directe surt de la norma, té més acceptació perquè és una cosa nova”, explica la doctora Ana Isabel Bernal, professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC. L'eina no és només un nou canal de transmissió, també pot ser una font —el vicepresident Junqueras va fer un Facebook Live, per exemple— o una plataforma per als periodistes freelance.

Bernal critica que el Facebook Live estigui “infrautilitzat” pels mitjans catalans i espanyols i assegura que els professionals d'al-

tres països experimenten més. L'experta en periodisme digital lamenta que alguns mitjans facin més entrevistes des de plató que directes des del lloc dels fets: “Les eines de directe no tenen sentit si no sortim al carrer. Són una crida a tornar al periodisme de sempre”. Gutiérrez també explica que al Nació Digital l'empren per explicar el que passa des del lloc de la notícia, si bé també afegeix que no s'ha de ser dogmàtic. “Som en un moment en què els mitjans hem de provar-ho tot, ja sigui el directe des de la redacció o el directe editat”, assenyala.

DEBATS PROFESSIONALS

Al carrer, a la redacció o al plató? Aquest no és, però, l'únic debat obert en l'ús de l'eina. També es discuteix si sempre ha d'haver-hi un periodista o es poden emetre imatges d'agències en brut; si el periodista ha de parlar i sortir a càmera o no, o si el vídeo s'ha de gravar en horitzontal o vertical, millor per visionar-lo des del mòbil. “Valoro molt que hi hagi un redactor mirant a càmera, al mòbil, que faci una retransmissió dels fets”, apunta Bernal. A més, Gutiérrez assegura que “moltes vegades no cal que el periodista xerri. El que sí que fa és interactuar amb la gent”.

Mentre el debat està candent, als *timelines* de Facebook, els usuaris veuen de tot, perquè molts mitjans proven i, de vegades, s'equivoquen i reorienten. Per a l'editor en cap del *New York Times*, Dean Baquet, els errors són el preu de la innovació. Una valoració que recull Liz Spayd, la *public editor* del diari —una mena

HI HA PRÀCTIQUES FRAUDULENTES, COM EMETRE EN DIRECTE VÍDEOS EDITATS PERQUÈ L'ALGORITME DE LA PLATAFORMA PREMIA ELS DIRECTES

de defensora del lector— en un article autocrític sobre l'ús de l'eina per part del mitjà. Spayd assegura que alguns dels primers vídeos no acomplien els estàndards de qualitat, a la vegada que reconeixia el gran potencial de l'eina “perquè permet que les històries es desenvolupin orgànicament, en viu i amb el públic capaç de canviar l'experiència”.

Els experts i els professionals a casa nostra també fan autocrítica, assenyalen com a errors freqüents no contextualitzar bé, no cuidar la qualitat del so o fer directes curts. “Hem après que, quan fas un directe, necessites un conductor de directe. Potser al principi ens pensàvem que no calia tant”, reconeix De Vilar. Per evitar aquest seguit d'errors, els professionals planifiquen amb cura tant el guió com els aspectes tècnics. Per retransmetre, es pot fer amb el micròfon del mòbil, un de corbata connectat al telèfon o bé el dels auriculars. Tant a Nació Digital com a la CCMA, per exemple, empren un suport o estabilitzador per millorar la qualitat de la imatge.

URGÈNCIA O RECLAM

Els experts també assenyalen alguns usos fraudulents de l'eina: alguns mitjans emeten en directe vídeos editats —perquè saben que l'algoritme de la plataforma premia els directes— o abusen de les retransmissions en temps real. Bernal creu que si el directe s'empra “com a reclam” i no per criteris de rellevància, s'està devaluant. Un altre aspecte en què els professionals coincideixen és que cal cuidar la interacció. Des de la CCMA, assenyalen que “fer esment al que diu l'audiència i a l'usuari en concret genera una sensació de proximitat altíssima i provoca la fidelització que estem buscant”.

D'altra banda, des de Nació Digital lamenten que no donen l'abast d'interactuar en temps real. Amb retorn o no per part del mitjà, els usuaris poden clicar M'agrada i fer comentaris. Alguns

“LES EINES DE DIRECTE NO TENEN SENTIT SI NO ANEM AL CARRER. SÓN UNA CRIDA A TORNAR AL PERIODISME DE SEMPRE” Ana Isabel Bernal, UOC

fan aportacions valuoses, però la majoria, segons els experts, són poc interessants. “És el mateix que dirien al sofà de casa mirant la televisió”, apunta Gutiérrez.

L'eina de Mark Zuckerberg ha sabut guanyar-se la complicitat de l'audiència i dels mitjans, molt per sobre de Periscope que, si bé va servir a molts periodistes per experimentar, ara la descarten perquè tenen més massa crítica a Facebook, perquè en aquesta plataforma el vídeo es conserva després i també per raons tècniques. Encara que sigui l'opció per excel·lència per a directes des de xarxes, també es fan altres provatures.

Per exemple, tv3 ha experimentat amb YouTube i Nació Digital fa directes per Instagram, sobretot amb *Adolescents.cat*. Els mitjans, doncs, seguiran experimentant amb peus de plom i resolent debats professionals per a l'ús d'una plataforma que, potser en un temps, serà destronada per una altra innovació. Ç