

Fase I

Estudios sobre condicionamientos externos

Título proyecto: IBRA ASSEZ FOU

Resumen características proyecto:

Medio de comunicación digital sin periodicidad establecida pues no cuenta con los recursos, ni económicos ni humanos, suficientes para una redacción diaria. Sin embargo, ese es precisamente su horizonte: ganar cuota de mercado de lectores interesados por el tema central del medio para convertirse, finalmente, en un medio sostenible de periodicidad diaria. Se apuesta por una información veraz, verídica y de actualidad, así como otro tipo de información de actualidad menos "rabiosa", la cual se plasma principalmente en formato de reportaje.

Componentes:

Brahim Bachir Limam

Portavoz:

Brahim Bachir Limam

Análisis de condicionamientos externos

Indicadores de oportunidades:

-Valoraciones cuantitativas a partir de estudios y estadísticas:

No hay estudio alguno que revele las audiencias de dichos medios pues se han creado para un público minoritario: el pueblo saharauí y el resto de la sociedad que simpatiza con su causa.

La apuesta de IAZ debe ser inequívocamente las redes sociales. El público diana se mueve ahí: público joven, comprometido con su causa y dispuestísimo a prestarse como un altavoz para cualquier noticia que le muestre al mundo la injusticia que se está cometiendo para con su pueblo.

-Valoraciones cualitativas a partir de opiniones propias y otras búsquedas, incluyendo redes sociales:

La baza a jugar es la combinación perfecta de la veracidad y la objetividad. Los medios que ya copan el espacio que Ibra Assez Fou pretende invadir, son medios muy comprometidos con la "causa nacional", es decir que están al servicio e intereses de un gobierno determinado.

Ibra Assez Fou se presentaría como un medio independiente, veraz, honesto y objetivo que, sin renunciar a los compromisos especificados en su libro de estilo (Ver "El profesional de la Información, por Ibra Assez Fou) de defensa a ultranza de los derechos humanos, sería capaz de criticar y sacar los colores a ambos bandos por todo cuanto el ciudadano merezca saber.

Las redes sociales de ECS son una plataforma (teniendo en cuenta el público objetivo) muy potentes agregando la una (Facebook) a casi 10 mil personas y la otra (Twitter) a casi 4 mil.

Sin embargo, las redes de FS ni siquiera llevan a sus perfiles reales, sino a las de un chico egipcio llamado Fouad Badawy.

Indicadores de amenazas:

-Valoraciones cuantitativas a partir de estudios y estadísticas:

Las amenazas, en concepto de números, son principalmente la popularidad de ambos medios por su largo recorrido. Ambos, por lo que he podido averiguar preguntando a amigos, familiares y conocidos que consumen esta clase de medios, son más conocidos y consumidos que la propia agencia de noticias estatal (Sahara Press Service: <https://www.spsrasd.info/news/es>). Además de los ya mencionados números de ECS en redes sociales.

El presupuesto, el personal y la fama, son número a favor de los antiguos medios; la frescura y el conocimiento pleno de las nuevas tecnologías son las bazas de IAF.

-Valoraciones cualitativas a partir de opiniones propias y otras investigaciones, incluyendo redes sociales:

Las amenazas en concepto de calidad son relativas a la posibilidad de rechazo por parte del consumidor al adaptar Ibra Assez Fou una actitud crítica con el gobierno saharauí. El público destinatario concibe todo ataque a la unidad nacional como una estrategia directamente cocinada en la ciudad de Rabat (capital del Reino de Marruecos). Por lo tanto, un exceso de objetividad e independencia en la redacción puede suponerle a IAF un lastre y no una ventaja.

Conclusiones:

La conclusión más obvia es que las ventajas de poner en marcha este proyecto son claramente superiores a las amenazas a las que se va a enfrentar

Documentos de apoyo a las conclusiones

Análisis de al menos dos medios digitales

Nombre del medio:

Futuro Sahara (futurosahara.net)

URL:

<http://futurosahara.net/?cat=17>

Señalar defectos localizados respecto de algunas de las siguientes cuestiones:

-credibilidad:

La actualidad proporcionada por Futuro Sahara (FS, en adelante) está claramente subyugada al interés de la causa "nacional", es decir: por encima de la veracidad o la verdad, está conseguir la independencia del Reino de Marruecos. Por lo tanto, si se incide en algún desprecio a la verdad llega a incluso a ser vitoreado por el público.

-incoherencias:

-titulares engañosos en relación al contenido:

NINGUNO

-publicidad:

NINGUNA (medio subvencionado, en parte, por el mismo gobierno saharauí)

-rasgos dudosos del sujeto de la enunciación:

-auto-referencialidad mediática:

-redacción:

En general es correcta, aunque bastante descuidada. Ello se debe, en parte, a que la redacción del medio originariamente es en árabe, y posteriormente se traduce al castellano.

-otros: Nula hipertextualidad. Diseño arcaico, mala combinación de colores, traducción parcial del contenido al castellano...

Nombre del medio:

El Confidencial Saharauí

URL:

<http://www.elconfidencialsaharai.com/>

Señalar defectos localizados respecto de algunas de las siguientes cuestiones:

-credibilidad:

Lo mismo que ocurre con el medio anterior, El Confidencial Saharauí (ECS, en adelante) está claramente subyugada al interés de la causa "nacional", es decir: por encima de la veracidad o la verdad, está conseguir la independencia del Reino de Marruecos. Sin embargo, este medio cuenta con mayor independencia en lo ideológico que FS al no contar con subvención gubernamental...

-incoherencias:

-titulares engañosos en relación al contenido:

NINGUNO

-publicidad:

NINGUNA (no obstante, sí dispone de los banners preparados para incorporar nuevos sponsors.
Todos ellos permanecen vacíos)

-rasgos dudosos del sujeto de la enunciación:

-auto-referencialidad mediática:

Nula

-redacción:

En general es correcta, aunque bastante descuidada. Ello se debe, en parte, a que la redacción del medio originariamente es en árabe, y posteriormente se traduce al castellano.

-otros:

Nula hipertextualidad. Diseño arcaico, mala combinación de colores, traducción parcial del contenido al castellano...

Conclusiones del análisis de medios:

Hay mercado; hay mucho mercado.

Una estrategia basada en la innovación tecnológica, la rapidez de las redes sociales, el uso de un lenguaje más cercano a la población joven (mucho más combativa en lo dialectal y mucho menos arraigada en las costumbres y tradiciones) haría que un medio de investigación e información en castellano se convierta en un corto lapsus de tiempo en el medio pionero para informarse sobre la situación del Sahara Occidental.