

El periodismo social y las nuevas tecnologías

Dan Gillmor. ¹

Por:

Tito Ballesteros López

Comunicador social

1. Cambios

Cambios en el mundo y en los medios. La aparición de un nuevo continente, una nueva nacionalidad. Un nuevo uso del lenguaje. Del signo. Un cambio de época o una época de cambio. Un nuevo clima. Nuevos amores. El ocaso de la religión.

La no frontera. Los nuevos mojados. La visa. Lo democrático de la palabra. El video. El audio. El Emirec. Freire y Kaplún. La participación. Desde la tienda hasta el mega mall.

Nuevas figuras comunicacionales. Un productor. Un receptor. Un colaborador. Tres personas distintas y mismo dios. Sociedad de la información masiva. Datos de todos por todos, con todos. Para todos

2. ¿Quién es un periodista? ¿Qué es el periodismo?

La famosa foto de las bombas en el metro de Londres no la hizo un periodista, pero el acto de tomar esa foto se convirtió en periodismo. Esto hace que aparezcan nuevas reglas de juego para los que generan las noticias; es más difícil mantener cosas en secreto.

3. Problemas para los medios

Bajan los lectores, pierden anunciantes. En UK Google está a punto de ganar más que las televisiones con la publicidad.

4. Evolución del periodismo profesional

- Tienen que aprender a incorporar las nuevas herramientas a la profesión.
- Hay que cambiar el modo «conferencia» por una conversación, lo que no es fácil.
- Para ello hay que aprender a escuchar, algo en lo que Gillmor no cree que los periodistas sean muy buenos salvo con sus fuentes y aquellos a quienes consideran que hay que escuchar.
- Tienen que darse cuenta y aceptar que sus lectores saben más que ellos.
- Cosas como redacciones integradas o aprender a usar bases de datos para apoyar y dar información.
- Todo medio debería incorporar blogs, cuando no cada periodista.
- Los «mashups» son una herramienta poderosísima que casi cualquier puede crear; muchos de los mejores no son hechos por periodistas, pero eso sigue siendo periodismo (sitios en los que las casas se venden por menos de lo que se debería, baches en las carreteras...).
- Combinaciones de distintos medios (audio, vídeo...).
- Cambiar de mentalidad: Pasar de ser un oráculo a ser un guía. Enlazar, incluso con la competencia.

¹ El periodista y experto en periodismo

- Hay que ir más allá, como por ejemplo pidiendo a tus lectores que te ayuden. Es cada vez más fácil que haya alguien con un móvil o con una cámara en un sitio en el que no haya ningún periodista.

5. Con tanta información, ¿en quién confiamos?

- Hay mucha basura, pero mi basura no tiene porque coincidir con la tuya; harán falta herramientas para filtrarla. Existe Photoshop, existen los programas de edición de vídeo...
- Hay que buscar mejores formas de que la verdad salga; las correcciones seis días más tarde perdidas en la página dos del periódico no sirven de nada.
- NewsTrust es un experimento en el sentido adecuado; Digg es como un «Daily Us» pero no es lo suficientemente bueno, pues que algo sea popular no quiere decir que sea bueno.
- Quizás buscar una forma de añadir reputación a la información, tanto de quien la genera como de la gente o empresas que son mencionadas en una noticia, de las personas que recomiendan una noticia...
- Esto es una gran oportunidad de negocio.

6. Experimentar es barato

- Puedes permitirte probar muchas cosas sin que importe realmente si funcionan o no.
- Innovación de bajo coste; es el mejor momento de la historia para convertirte en un periodista emprendedor.
- OhMyNews empezó con muy poco dinero y ya da beneficios, hay muchas experiencias muy locales que están consiguiendo financiación.
- Hay fundaciones que ya están trabajando con periodistas en modelos «non profit».
- Algunas ideas:
- El poder de la movilidad, con móviles que cada vez hacen más cosas.
- Cada objeto puede contar una historia e interactuar con otros (etiquetas RFID, códigos de barras, etc).
- Máximas bajo las que deberían ir los experimentos:
- Ser abiertos
- Usar herramientas que ya existen
- Colaborar con otros
- Arriesgar

7. Un nuevo papel para los periodistas de cualquier tipo

- Hay que plantearse una nueva educación en medios.
- Enseñar principios básicos a la audiencia:
- Hay que ser escéptico por principio, aunque a distinto nivel según lo que estés leyendo; unos medios lo hacen mejor que otros.
- Acostumbrarlos a añadir un nivel de confianza a cada sitio que lean.
- Que se acostumbren a hacer algo de trabajo y a comentar y dar su feedback.
- Animarlos a aprender técnicas para manejar los nuevos medios.
- Para los periodistas:
- Ser exhaustivo en lo que haces.
- Ser preciso.
- Ser justo con todos.
- Ser tan independiente como puedas.

- Mantener la transparencia en todo lo que haces.

Retos

- Es importante que sigamos haciendo bien nuestro trabajo pero también que cambiemos la manera de hacerlo.
- Pero tenemos que saber que hay especialistas en determinados temas que son mejores que nosotros. Ciudadanos que a través de Internet dejan su conocimiento.
- Si todos consumimos información y la producimos, nuestra manera de ver el mundo, nuestras sociedades cambiarán
- El periodismo ciudadano está relacionado con un mayor activismo.
- La gente conectada se encuentra y colabora en proyectos que le interesa, pequeñas cosas al principio. Pero con el tiempo se pueden convertir en algo grande.
- Sólo el intercambio de información a través de blogs, listas, foros y correo-e hace que surjan ideas en el terreno político, social, entre comunidades que sin duda ya están cambiando la manera de vivir.
- Es el momento de que los medios tradicionales escuchen más a sus audiencias y tengan diariamente una conversación con ellos. No sólo invitarlos a que lean si no también invitarlos a que participen del proceso informativo.
- En Florida, el diario News-press.com pide a sus lectores que les ayuden a investigar historias. Y éstos responden con muy buena información. Tenemos el ejemplo del diario surcoreano Ohmynews cuyas noticias están escritas por ciudadanos y tiene beneficios.
- La BBC es líder pidiendo y consultando a sus lectores para que le envíen fotos, imágenes, información para complementar sus noticias.
- adaptarse a las nuevas formas del digital. Porque se publica más de una vez al día y con otras herramientas. Pero es importante dar este paso porque los modelos de negocio están cambiando y si no avanzan en este sentido los medios podrían perder lectores.

Nuevas herramientas

- Web 2.0, es decir, blogs, podcasts (información en formato audio Mp3), mapas interactivos, lugares colaborativos de fotos (como Flickr), vídeos (como YouTube), etc.
- Por otro lado, en los diarios digitales se deberían potenciar más los enlaces, son una buena manera de profundizar en las informaciones.
- La gente que escribe en blogs los utiliza para interrelacionar sus comentarios. ¿Por qué no lo hacen los medios?
- Hay que entender que informar en Internet no es lo mismo que hacerlo en un diario. Si un medio utiliza estas herramientas estará más cerca de su audiencia.
- Para este periodista, la tendencia en el periodismo participativo pasa por ir del llamado "daily me" (el "periódico" personal que cada internauta pueda fabricarse ya con noticias de diferentes fuentes) al "daily us", donde el internauta compartirá sus noticias con el resto de la Red.
- Asimismo, también mostró ejemplos de la nueva modalidad de "blogs" como son los "mashups", una combinación de diferentes datos que permiten, por ejemplo, visualizar en un trayecto determinado qué delitos se cometieron en ese tramo, cuándo o a qué hora, para que el internauta sepa qué puede encontrarse cuando va de casa al metro.

- Aprender a escuchar”, ya que en su opinión, “los periodistas no son buenos oyentes, sólo lo son con las personas de sus agendas”, pero deben escuchar al público “porque suelen saber mucho y pueden ayudarnos”.
- Para Gillmor, “la popularidad no es suficiente para indicarnos que algo es de calidad”, por este motivo propone ganar reputación e intentar fórmulas nuevas, porque “ahora es el momento para los periodistas que quieren hacer periodismo emprendedor” y las nuevas tecnologías ofrece las herramientas.