

Resumen Imprimible

Periodismo para no periodistas

Módulo 4: Periodismo digital

Contenidos:

- Periodismo tradicional versus periodismo digital
- Cambios en la tarea del periodista con la aparición de los nuevos medios
- Periodismo ciudadano o 3.0
- La noticia en la era digital

¿Qué es el periodismo digital?

- Con internet nacieron los nuevos medios (desarrollados a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación).
- Con ellos surgió el llamado periodismo digital, que solo difiere del periodismo tradicional respecto del soporte donde se publica la información desarrollada por los periodistas.
- Los nuevos medios comprenden: los diarios tradicionales en formato online, blogs, sitios web de empresas creadoras de contenidos y redes sociales.

Características principales

- Prensa tradicional y periodismo digital se complementan, ya que –afirman algunos estudios- el negocio no es el soporte sino la información.
- Supuso un cambio entre emisor y receptor. Cambio de roles que los deja en situación de igualdad.
- Incorporó la inmediatez y la disponibilidad de un espacio casi infinito para publicar informaciones.

El periodismo digital está conformado por seis elementos:

- Continuidad
- Integralidad
- Transtemporalidad
- Interactividad
- Versatilidad
- Multiplicidad

Retos de las nuevas tecnologías

- El uso de internet se consideró como la aparición de un nuevo medio y la prensa, al principio, la vio como un soporte de distribución, pero tuvo que adaptarse e ingresar a la red con nuevos productos.
- La prensa y el nuevo medio se complementan.
- El negocio es la información, no el soporte.
- Las computadoras son una herramienta fundamental, pero no la esencia del trabajo periodístico.

Cambios en la tarea periodística

Periodista tradicional:

- Relación unidireccional con el lector.
- La creación de la noticia era más lenta.

Periodista digital:

- Con los nuevos medios, el lector puede interactuar con el autor del texto periodístico.
- En el periodismo digital todo es mucho más rápido. Pueden hacer publicaciones en minutos.

“No hay periodistas a secas o periodistas digitales. (...) todo lo que producen es propiedad intelectual, no importa en qué medio se publique”.

Características del nuevo medio

- Reúne las características de los tres medios tradicionales: texto, sonido e imagen.
- Nuevas maneras de presentación de los contenidos (gracias al desarrollo tecnológico): interactividad, multimedia, hipertexto, vínculo, etc.
- Presencia virtual
- Presencia en el ciberespacio

Nuevos modelos de negocio

Los nuevos medios y los tradicionales deben adaptarse a los nuevos modelos de negocio, pero, ante todo, a las nuevas reglas y principios:

- Colaboración
- Apertura
- Transparencia
- Interdependencia
- Compartir la propiedad intelectual y la integridad

Periodismo ciudadano

- Se trata de la participación del ciudadano en los nuevos medios aportando información.
- Esta práctica resulta óptima para la comunicación, debido a que el trabajo conjunto entre periodistas profesionales y amateurs puede lograr una mejor labor: ofrece mayor calidad, vigila a los poderosos y vela por la transparencia informativa.
- 1999: Los comienzos del periodismo ciudadano fueron con la democratización de la tecnología. Este año nació el primer proyecto en el que se incluyó la

participación ciudadana: el movimiento *Indymedia*, The Independent Media Center.

- 2001: Atentado a las torres gemelas: para el periodista Robert Andrews, esta fecha fue clave para el nacimiento de los blogs. El surgimiento de los blogs –y las herramientas de generación de contenidos basadas en software libre- ayudaron a la consolidación del periodismo ciudadano.
- 2004: Trenes de la red de cercanías de Madrid sufrieron un atentado terrorista: murieron 191 personas. La prensa habló de la revolución de los móviles: fue la principal herramienta usada por la ciudadanía para convocar a las manifestaciones -realizadas en distintas ciudades españolas- para protestar por la falta de transparencia informativa en relación a los culpables.

El periodismo ciudadano resulta indispensable en estas situaciones:

- Desastres naturales
- Crisis
- Revueltas populares
- Conflictos armados

Poder ciudadano

- Los ciudadanos empiezan a organizarse y pasan de ser una masa anónima a constituirse en ‘multitudes inteligentes’, una forma de organización social que nace gracias a las nuevas tecnologías y que, según Howard Rheingold, es un indicador de la evolución de las tecnologías de la comunicación, las cuales otorgan un mayor poder a las personas.

- Para que sucediera esto, primero hubo una crisis en los medios tradicionales y una creciente pérdida de credibilidad de los grandes medios de comunicación o de los canales oficiales.
- De a poco, la gente comenzó a descreer de los periodistas y a confiar en los bloggers: estos conectaron con los lectores estableciendo un vínculo de confianza.
- Como señala Dan Gillmor, periodista y profesor: “El periodismo ciudadano es saludable para los medios. Complementa, compite y se integra a la prensa; la mejora”.

Para el surgimiento del periodismo ciudadano son necesarios tres elementos:

- Publicación abierta
- Edición en colaboración
- Contenido distribuido

¿Qué es la noticia en la era digital?

Las nuevas tecnologías no cuestionaron la función democrática del periodismo, sino la manera en que los periodistas la llevaron a cabo. Por eso, ya no es función del periodista decidir qué debo o no saber el ciudadano, sino ayudarlo a poner en orden la información que recibe. Esto no significa interpretar o analizar las noticias, sino verificar qué información es fiable y, a continuación, ordenarlo para que los lectores la capten eficazmente.

Las necesidades del público han cambiado y la noticia, tal como la conocemos hasta ahora, no se ajusta a ellas. Una gran mayoría ha sustituido estos contenidos por la información que les resulta importante en cuanto a lo personal.

Las audiencias quieren contenidos rápidos y presentados de manera cómoda, también en el consumo de información.

En el diario en papel los periodistas jerarquizan la noticia de acuerdo a lo que a ellos les parece importante; en el diario online los consumidores “cliclean” lo que a ellos les interesa; en redes sociales directamente pueden elegir seguir personajes u organizaciones, sin depender de intermediarios para conocer las noticias.