



ENCUENTROS

EDICIONES CIESPAL

**En sintonía con los nuevos
cambios tecnológicos
en la radio
latinoamericana**



CONSEJO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIONES Y FORMACIÓN

**En sintonía con los nuevos cambios tecnológicos
en la radio latinoamericana**

© CIESPAL

1.000 ejemplares - Marzo 2011

Editor

Raúl Salvador

ISBN:978-8978-55-085-4

Código de barras 978-8978-55-085-4

Registro derecho autoral: 035314

Diseño

Diego S. Acevedo A

Impresión

Editorial "Quipus", CIESPAL

Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Índice

Presentación Fernando Checa	7
Estrategias, tácticas y libertades colectivas Premisas para las prácticas interculturales en nuevos escenarios tecnológicos Alexander Amézquita	13
Periodismo móvil en la era de las redes sociales Christian Espinosa	27
La radio en la actualidad: el estado del arte y sus implicaciones sociales en el marco de las nuevas tecnologías Santiago García Gago	35
La legislación de la radio de cara a la transformación digital Romel Jurado Vargas	59
Radioclips en Internet José Ignacio López Vigil	73
No nos queda otra, vamos en línea... José Rivera	83

La creación, un secreto del corazón	89
Radio inteligente y rentable: pistas de un medio moderno Alberto Sierra Mejía	
Transformación de la radio en el mundo tecnológico y sus implicaciones sociales desde la perspectiva del derecho a la comunicación	97
Pablo A. Vannini	

Periodismo móvil en la era de las redes sociales

Christian Espinosa*

La propia gente de Google lo reconoció en su último taller a un grupo de periodistas que tuvimos la oportunidad de acudir al *Google Press Summit 2010*: en cinco años el móvil será el rey y el mayor acceso a internet se va a lograr ya no a través del PC o computadoras personales, sino de dispositivos móviles.

El pronóstico indica que la curva de uso PC-móviles se empezará a igualar en el año 2014. Sin embargo, hechos como la revuelta policial del 30 de septiembre en Ecuador muestran que como periodistas ya no podemos esperar más para estar al día en este nuevo salto.

A cualquier reportero le puede pasar. De repente, un día te encuentras cubriendo una revuelta policial en medio de tiroteos: la demanda de información mundial es para ese instante, la cobertura formal de medios digitales sufre con la caída de las versiones on line saturadas por la cantidad de accesos fuera del país; la televisión transmite solamente una versión oficial de la señal pública, y tú, ¿no sabes cómo informar lo que ocurre ahí en tiempo real con tu teléfono celular?

No importa el medio para el que trabajes. Como periodista ya no puedes darte el lujo de quedar subutilizado en caso de una emergencia informativa por puro analfabetismo digital.

* Ecuatoriano. Licenciado en Comunicación Social. Director de Cobertura Digital.com. Profesor universitario de periodismo digital y estrategias de social media 2.0. Conferencista internacional.

Lo que antes en prensa se planificaba para el día siguiente, ahora surge como obligación de reportarlo para ya. Si cubres para la televisión tampoco puedes esperar a que esté lista una microonda para cubrir el evento en vivo o esperar la hora del noticiero, y si trabajas para la radio ya no puedes conformarte con reportar los audios de lo que está ocurriendo.

Las nuevas audiencias necesitan saber EN VIVO qué es lo que está pasando, no solamente en texto, audio o video MOVIL. Sino que esperan contar con toda esa reportería integrada a sus respectivas redes sociales. Con contenido geolocalizado. Con opciones móviles de participación ciudadana de la información mediante sus propios medios. Y ese tipo de cobertura es actualmente posible a través de los teléfonos celulares.

Pero se trata de llevar un teléfono celular que te permita transmitir no solamente texto sino audio, imágenes, video, geolocalización, y que no sepas cómo utilizarlo podría ser una falta de ética casi periodística o del medio.

No es una falta de ética periodística salir a una cobertura sin grabadora o sin saber cómo se graba o se cambian las pilas. El periodismo móvil no es ajeno a informar en el momento oportuno, puede ser ese instante, no importa para qué medio trabajes (sea tv, radio o prensa).

Un estudio reciente de Ericsson incluye algunas cifras que muestran la tendencia:

- El tráfico de datos móviles casi se triplico en un año.
- La data móvil alcanzó 225 mil terabytes en el segundo trimestre de 2010.
- En la actualidad existen alrededor de 5.000 millones de clientes móviles

- Se estima que en el año 2020 habrá 50.000 millones de dispositivos conectados a Internet.

El incremento del uso de Internet a través de dispositivos móviles se lo observa también en el acceso a redes sociales.

Comscore mostró en uno de sus estudios de 2010 que el uso de Facebook es sorpresivamente similar tanto en móviles como PC.

- Móvil: los usuarios navegan en Facebook alrededor de 24 minutos por día y realizan 3.3 visitas por día.

- PC: los usuarios navegan en la misma red social 27.5 minutos por día y realizan 2.3 visitas por día

En América Latina la tendencia tampoco es muy diferente. Nokia difundió un estudio de qué están haciendo quienes usan teléfonos inteligentes o 'smartphones' en Latinoamérica. ¿Los resultados?

1. Enviar correos electrónicos o mensajes de textos
2. Actualizar nuestros perfiles en redes sociales
3. Utilizar el chat
4. Enviar un tweet
5. Subir o comentar un post
6. Utilizando el GPS (sistema de posicionamiento global)
7. Escuchando música o viendo un video
8. Simplemente navegar en internet.

En Venezuela, por ejemplo, el 54 por ciento de los usuarios envía tweets a través del celular, mientras que en México el 81 por ciento ve videos en su dispositivo móvil.

¿Cómo producir contenidos propios para móviles?

Para responder la anterior pregunta es pertinente tener claro mucho antes los valores agregados que debemos explotar en nuestras coberturas móviles, que básicamente se resumen en tres: presencia (tiempo real), comunidades (Social Media Mobile) y geolocalización (coberturas basadas en GPS).

Esta es la base conceptual para empezar a producir contenidos móviles. En el caso de tiempo real, en Ecuador, con *Diario HOY* desarrollamos hace tres años al interior de la redacción la experiencia de reportar con simples mensajes de texto (SMS) relacionados con la previa de partidos de fútbol (presencia). Contenido diferente al generado por el sitio web o el impreso.

De ahí se pasó al uso de Blackberry y la integración de aplicaciones como Moby Picture, para enviar fotografías y más tarde videos. Otra experiencia local la desarrollamos con diario *El Mercurio*, también de Ecuador, integrando al periodista de judiciales para la cobertura móvil de sucesos y policiales.

Pero el resto es conseguir que nuestras audiencias móviles también participen de la información. Un proceso que desde Twitter anclado a aplicaciones móviles ya ha generado tres particularidades:

- Personas comunes y corrientes muestran que producir desde el lugar de los hechos, con sus propias celulares, ya no es nada complejo.
- Integración de las fuentes ciudadanas, que avalan información en directo, desde diferentes ubicaciones (geolocalización).
- Coberturas distribuidas e integradas mediante un “hashtag” o palabra clave, que la misma comunidad crea o el medio provee.

Este proceso, por ejemplo, creció ostensiblemente en el año 2010 con el Mundial de Fútbol de Sudáfrica, al constatar que incluso los

propios jugadores se convirtieron en reporteros móviles de las concentraciones antes de los partidos, y los periodistas de radio y televisión pasaron a informar desde sus teléfonos, en una práctica en ningún otro mundial vivida.

Ese fue el caso de Manuel de Oliveira, periodista venezolano, coordinador de la sección deportiva del *Diario Líder*, quien fue enviado a cubrir tanto para el impreso como para el digital el Mundial Sudáfrica 2010, y que encontró en el periodismo móvil el medio perfecto para esa conjunción.

“Los dispositivos móviles son una de las llaves que hacen posible el reportero ciudadano”, recuerda el profesor de la Universidad de Nueva York, Clay Shirky, lección que asumieron muy bien algunos de los jugadores del Mundial: Kaká, Forlán, el Kun Agüero, aún siguen actualizando su cuenta de Twitter a través de la plataforma móvil de Ubertwitter;

Herramientas para publicar contenidos en el móvil + twitter

Las particularidades que debe soportar un buen cliente de Twitter se resumen en:

- Actualizar tweets, contestar a un seguidor, enviarle un mensaje directo (MD), seguir y dejar de seguir (unfollow), crear favoritos, audioalertas, poder configurar y usar al mismo tiempo todas las cuentas que se desee, previsualizar fotos, enlazarlas, subir videos, y seguir grupos y listas.
- Acceso a redes sociales: Twitter, Facebook, Flickr y suscripción a RSS o lectores de noticias
- Snaptu: Permite personalizar noticias mediante RSS y consumirlas desde el celular. Integra Google Readers desde el dispositivo móvil. Soporta diversas marcas de celulares como iPhone, Nokia, Blackberry, entre otros.

Aplicacions m3viles para publicar fotos

- Twitpic
- Mobypicture
- Twitgoo
- Tweetphoto

Audio

- Mobypicture
- Twitaudio
- Tweeter

Video

- Yfrog (App para Blackberry y Android)
- Twitvid (App para Blackberry y Android) Permite embeber el video en otro sitio o blog.
- Video-streaming:
 - Livecast (Soporta la mayor3a de tel3fonos celulares)
 - Bambuser (aplicaci3n open source o c3digo abierto)
 - Qik (Soporta varias marcas de dispositivos m3viles). Permite integrar el video en Youtube y Facebook.

Video, fotos y audio

- Posterous: Publica fotos, videos y audios con solo mandar un e-mail Integrar cubrimientos

- Scribblelive: Permite integrar la cobertura móvil que se desarrolle sobre un hecho o evento. Se recomienda usar una palabra clave o “hashtag”.

Tanto para subir videos como fotos, recomiendo tener una buena carga de batería, pues las aplicaciones para ello consumen bastantes recursos. De igual forma, sugiero etiquetar muy bien las palabras clave de videos y fotos, de manera que la audiencia los encuentre fácilmente. Recuerda nuevamente que los videos grabados a través del celular se pueden embeber en un sitio web o blog; el código generalmente está en “settings”.

Geolocalización y realidad aumentada

Si en Twitter lo más importante es contar qué estás haciendo, en un sistema o red de geolocalización el protagonismo lo gana el lugar donde te encuentres. Hasta el momento el sitio de referencia obligada es Foursquare, red social para compartir tu ubicación desde el celular vía GPS (Video relacionado), que pasó del responder dónde estás a qué opinas del lugar, momento en que la red adquiere un valor mucho más periodístico.

De manera acertada, Espinosa pregunta a la audiencia: “¿Cuántos medios tienen contenido geolocalizado en la Wikipedia o Youtube?” Silencio de los asistentes. No cabe duda que es una tarea pendiente. Sin embargo, diarios estadounidenses como *The Wall Street Journal* o *The New York Times* han realizado interesantes ejercicios periodísticos con Foursquare. Otras de las aplicaciones vistas durante el taller fueron: Gowalla, Yelp y Brightkite.

Sobre realidad aumentada (AR), que básicamente muestra en la cámara del teléfono móvil lo que está a tu alrededor, Espinoza recomienda este post de su autoría. Las más conocidas son: Layar, Wikitude, TwittAround (muestra la ubicación de tus contactos de Twitter). Estas herramientas podrían usarse en la cobertura de temas de interés público como reportes de tráfico o puntos de mayor accidentalidad en una ciudad.

Conclusiones

Los conceptos y aplicaciones vistos en el seminario “desnudan” una valiosa inquietud: ¿estamos los periodistas preparados para enfrentar el reto de informar a través de un celular? Es un hecho, la alfabetización digital va más allá de comprender el funcionamiento de la página web de un medio de comunicación digital.