

Número 1 - Año 1 (Diciembre 2010 - marzo 2011)

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense de Madrid

Artículo bajo la licencia *Creative Commons*

---

## Herramientas de vídeo-periodismo, ante la disyuntiva calidad e inmediatez

**Autor:** Carlos Iván Franco González

**Universidad / Institución / Centro:** Universidad Complutense de Madrid

**Cargo:** Doctorando

**Páginas:** 103 - 108

**Descriptor:** Periodismo Digital

**País:** España

**Ciudad:** Madrid

**Contacto:** webtoall@gmail.com

---

### Resumen:

Los medios de información han replicado su forma de trabajo de un medio impreso o televisivo y lo han tratado de adaptar al lenguaje y las necesidades que representa Internet. Los medios generalistas no la consideran la página web como un medio por el cual apostar, capaz de crear un lenguaje propio, con la ayuda de medios técnicos y narrativos acordes al fin de internet. No se ha contado con la experimentación y no se ha apostado por el I+D para ofrecer productos creados específicamente para Internet. Las herramientas de video periodismo enfocados a Internet se han desarrollado para suplir el uso de métodos tradicionales, costosos y con un flujo de trabajo complicado. Nos encontramos en el momento de utilizar materiales creados para un lenguaje específico de este medio de comunicación y que este se utilice a su vez en los medios tradicionales.

**Palabras clave:** Webcast, video periodismo, I+D periodismo, vídeo Internet

### Abstract:

The media have replicated his work in the newspaper or TV and have tried to adapt the language and needs represented by the Internet. The mainstream media do not consider a web page, it as a means by which to gamble and create its own language, with technical and narrative line to order online. Has not had the testing and has not opted for the R & D to provide products created specifically for the Internet. Video tools focused on Internet journalism have been developed to supplement the use of traditional, costly and a complicated workflow. We are at the moment to use materials created for a specific language of this media and this in turn is used in traditional media.

**Keywords:** Webcast, video journalism, R&D journalism, Internet video

## 1. Introducción

El Webcasting puede definirse como la actividad de difusión de contenido audiovisual en la red (Ha, L. & Ganahl, R., 2004). La capacidad multimedia de la red ha facilitado que tanto los medios tradicionales como otros nuevos agentes puedan proveer información y entretenimiento audiovisual a través de la red. En las cabeceras de los medios en Internet prima la réplica de lo que pasa en las cabeceras de sus canales televisión. Pero qué pasaría si el contenido producido con tecnología dedicada a Internet, se utilizara para transmitir en un medio tradicional como lo es la televisión.

Los cambios tecnológicos dentro de la sociedad de la información se han venido desarrollando de manera exponencial desde hace 5 años a la fecha, conexiones telefónicas que las instalan en cuestión de minutos, internet que se puede conseguir en cualquier punto de las grandes ciudades y aparatos de transmisión, grabación y composición de datos cada vez más avanzados y accesibles a todos los bolsillos.

Hace más de 15 años durante las retransmisiones en unidad móvil en la Ciudad de México siempre colocaban una línea telefónica llamada "Magneto" que consistía en un aparato telefónico como el de casa pero sin teclado que tenía una palanca que al girar con rapidez emitía una señal eléctrica generada por un magneto al interior del teléfono y conectado a dos baterías. Esta línea telefónica servía como respaldo en caso de que el audio de la señal de microondas fallara, además de servir de enlace directo entre dos puntos sin la desventaja de que la línea se colapsara o entrara una llamada de alguien desconocido, hoy en día aún se siguen utilizando "magnetos" en algunas oficinas de gobierno de varios países, hay que recordar que el magneto más famoso era el llamado "teléfono rojo", línea dedicada a comunicar a los encargados de despacho del Kremlin y Washington durante la guerra fría, sin marcar ningún número.

Los actuales acontecimientos en Oriente Medio, dan una muestra de lo rápido que está cambiando el mundo y lo rápido que se tienen que adaptar las empresas

informativas para gestionar los diversos flujos de información que llegan a sus redacciones y que después plasman a través de los medios tradicionales y en última instancia en Internet.

La figura de "MOJO" y de "VJ" *Mobile Journalist* y *Video Journalist*, por su siglas en inglés, son los gestores de estos nuevos formatos de presentación de la información, los medios de comunicación que se han adaptado a la tecnología Internet, les ha costado cambiar y aceptar los productos que estos gestores de información generan.

Hay que recordar que la primera foto tomada con un teléfono celular y publicada en un medio de Internet (en los Estados Unidos), fue el 17 de febrero de 2004 en el diario New York Times durante la firma de un acuerdo comercial entre Cingular y AT&T Wireless, dos grandes empresas de la telefonía móvil. Otro ejemplo del uso de estas tecnologías se da 5 años después en 2009, también en Estados Unidos en la cadena local KOB-TV de Albuquerque Nuevo México, Jeremy Jojola fue el reportero que utilizó un teléfono móvil para transmitir una pieza a través del servicio de streaming para celulares Qik. <http://www.kob.com/article/stories/S53808.shtml?cat=0>

No es extraño que estas experiencias se den en Estados Unidos, ya que influyen factores tanto de investigación y desarrollo, como de pruebas que las redacciones de los medios hacen y que después se ven replicados por otros medios alrededor del mundo.

## 2. Calidad ante inmediatez

El caso español en este respecto llega tarde, aún no vemos ninguna transmisión por televisión o por Internet realizada por vía celular, ningún enlace en directo de manufactura propia, lo que vemos son enlaces de otras cadenas cuando sucede algún acontecimiento mundial que es retransmitido independientemente de su calidad o transmisiones de videoconferencia desde webcams utilizando servicios de telefonía Ip como Skype.

Los medios escritos están separando contenidos en sus propias cabeceras, a contenidos considerados

Carlos Franco

Herramientas de vídeo-periodismo, ante la disyuntiva calidad e inmediatez

por ellos de menor manufactura los engloban en una subsección o blog que se diferencia de la sección. Un ejemplo claro de esto lo hace Rosa Jiménez Cano en la sección “Tecnología” de El País, cuando se encuentra cubriendo un evento en directo ella sube “clips” de video y publica fotografías dentro de una subsección creada para ese fin, o lo enlaza a un servicio externo de almacenamiento y distribución como Youtube o Twitpic, pero en portada no aparecerá un video o fotografía tomada con un dispositivo celular a menos que sea única y que responda a un “interés informativo”.

Esta autocensura de primar la calidad por la inmediatez lleva a un rezago de experimentación y de uso de las (TIC) en las grandes cabeceras y televisoras que otros medios están aprovechando como la mayoría de blogs informativos.

El uso de estas tecnologías, los software y hardware que las soportan cambian constantemente, hacer una retransmisión de 2 minutos desde un portal en el centro de Madrid, utilizando tecnología enfocada a Internet, es cada día más real, y muy barato. Se puede lograr un buen producto con un buen audio y calidad de imagen, existen teléfonos celulares que transmiten a 1080p y que cuentan con entrada de audio para conectar un micrófono resolviendo el gran problema que tienen casi todos los dispositivos pequeños y que es el ofrecer un audio con calidad, pero los jefes de redacción consideran que es mejor enviar una unidad móvil con el gasto que ello implica.

Aunado a lo anterior se encuentra el factor rentabilidad, la mayoría de compañías que alquilan unidades móviles en España, aún no han amortizado la inversión por lo que se convierten en un importante “lobby” de presión para que las empresas informativas sigan con métodos de trabajo de hace 10 años.

### 3. Medios españoles y británicos, la diferencia ante un mismo acontecimiento

Los gestores de estos medios no piensan en Internet como un medio principal, sino secundario y lo vemos plasmado a continuación. Por ejemplo, si se analiza a los corresponsales de 4 medios de comunicación

Europeos, 2 españoles y 2 británicos, te das cuenta que el uso de la imagen y los medios tradicionales para capturarla prima antes que la versatilidad y la operatividad de uso. Conviene referirse en primera instancia a los corresponsales de TVE y de la Sexta, dos televisiones cuyas corresponsales llevan un cámara tradicional, según el libro de estilo de TVE si no llevan uno desde España lo alquilan con todo el equipo necesario que cumpla las normas para transmisión *broadcast*. La sexta hace lo mismo.

Sucede que el equipo *broadcast* es grande, difícil de pasar desapercibido en un lugar donde aparte de occidental eres el blanco de ataques por ser periodista, son cámaras de 3 CCD pesadas y voluminosas. En donde la cinta es el medio físico que soporta la imagen y que se tiene que llevar a un centro de edición para escoger y armar la pieza que se tiene que enviar. Los británicos por su parte no les da temor utilizar equipo que no cumpla con los parámetros de calidad impuestos por los libros de estilo de las redacciones, en el caso de la corresponsal de BBC, Lyse Doucet, la nota la dan con una cámara *prosumer*, y un buen audio. <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-12319328>

Mientras que las palmas se las lleva el cámara de Skynews, Duncan Sharp, quien utiliza una cámara DSLR Canon D5 MII, un equipo de captura de audio, en este caso el soporte de grabación es una tarjeta *Compact Flash* la cual se puede descargar y editar en cualquier computadora, y el producto final se envía a la redacción por medio de Internet o se sube a algún servidor de video dedicado (CDN) *Content Delivery Network* que acepte alta definición, las piezas quedan con una calidad de transmisión para televisión que no tiene comparación. <http://vimeo.com/19255226>

La diferencia se ve en las pantallas, mientras los corresponsales españoles la mayor parte del tiempo dan el inserto a imagen desde estudio y a ellas se les ve poco en la calle. Los británicos, salen por todos lados tomando imágenes estáticas y en movimiento ya que no hay que olvidar que la cámara que llevan su función original es una cámara fotográfica, y hacen sus insertos a pie de manifestación con una muy buena calidad de imagen y sonido.

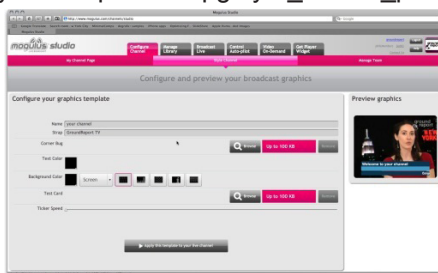
Carlos Franco

Herramientas de vídeo-periodismo, ante la disyuntiva calidad e inmediatez

#### 4. Herramientas de transmisión

En el mercado actual existen infinidad de servicios para poder transmitir y hacer webcast desde un teléfono celular. Kyte cuenta con un servicio exclusivo para celulares el cual permite transmitir y grabar el contenido tanto de video como de fotografía y distribuirlo en plataformas de Internet y a celulares. Las tres compañías que manejan en el ramo telefónico son Apple, BlackBerry y Nokia.

En el test de uso para este proveedor nos encontramos con una plataforma profesional en donde para usar las funciones tienes que contratar el servicio que se adapte a las necesidades de uso de un medio de información o empresa, es una plataforma dedicada de distribución de video enfocada a los teléfonos celulares. La cual incluye codificación, distribución y análisis del contenido de video, fácil de usar y con aplicaciones profesionales que destacan como su distribución multiformato y multiplataforma sin complicaciones de codificación para cada uno de los dispositivos celulares comunes en el mercado y para distintas páginas de internet, desde Facebook hasta una página tradicional. [http://www.kyte.com/platform/pg/kyte\\_mobile\\_producers](http://www.kyte.com/platform/pg/kyte_mobile_producers)



La herramienta de realización

Aquí un ejemplo de uso real en la cadena Fox de Estados Unidos:

[http://www.kyte.com/customers/customer/television\\_film/fox\\_news](http://www.kyte.com/customers/customer/television_film/fox_news)

El costo es asumible para una empresa informativa o compañía que quiera ofrecer buenos resultados a su público. Según estimaciones de esta compañía el video online en 2011 podría generar 4 mil millones de dólares a las empresas, el crecimiento de esta tecnología es del 32% con respecto a años anteriores y empresas

que antes no utilizaban la tecnología video y ahora apuestan por este producto.

[http://www.kyte.com/assets/IndustrySolutions\\_NewsMedia.pdf](http://www.kyte.com/assets/IndustrySolutions_NewsMedia.pdf)

El siguiente servicio se llama Flixwagon <http://www.flixwagon.com/> un servicio dedicado a la transmisión de video usando el teléfono celular, hay dos servicios uno dedicado al público en general y otro especializado en la empresa, el cual ofrece su plataforma que garantiza la distribución del contenido video gráfico a todas las redes sociales actuales, además de contar con la posibilidad de monetizar la inversión por medio de anuncios. [http://www.flixwagon.com/fwc/mobile\\_client.php](http://www.flixwagon.com/fwc/mobile_client.php)

El fuerte de estas dos empresas es que cuentan con una plataforma que divide al gran público, del grupo especializado al que van dirigidos, y cuentan con distribución multiplataforma es decir que entregan el video ya sea en páginas web normales, redes sociales y teléfonos celulares. Existen otros servicios, pero al que vamos a dedicar un poco más de atención es el ofrecido por la compañía Livestream, antes llamada Mogulus y que fue la primera en ofrecer al público su serie beta de la plataforma vídeo estudio, el cual consiste en una herramienta de realización completa y que corre en los propios servidores de esta empresa, con esta herramienta, el periodista puede controlar desde una o varias cámaras que transmiten la señal en directo, hasta titular, poner gráficos y hacer un "storyboard" de toda la librería de vídeo y audio que quiera transmitir.



Transmisión desde un auditorio y cámara broadcast

Además de la posibilidad dirigir un chat e incrustar el vídeo en una página web o en Facebook e integrar a



Carlos Franco

Herramientas de vídeo-periodismo, ante la disyuntiva calidad e inmediatez



Ejemplo de transmisión en el campo por medio de señal de teléfono satelital

todo esto Twitter.

Las posibilidades con este servicio se complementan con una aplicación que corre en los teléfonos celulares llamada Qik y que permite integrar Livestream y la imagen generada por medio del celular, por lo que si uno se conecta a Qik y comienza a retransmitir, la señal viaja a los servidores de Qik y de Livestream al mismo tiempo, y la emisión se puede controlar claramente desde la herramienta de realización y el retardo del video es de apenas 2 segundos, dependiendo de la calidad de conexión.

La conexión a Internet desde el celular, se puede hacer por medio de señal WIFI por el servicio 3G contratado a la compañía de teléfono, hoy en día una conexión de 5 gigas 3G es de alrededor de 35€, y la tasa de transferencia de subida es de un mínimo de 312 kbps por lo que es suficiente para ofrecer una buena calidad de señal tanto de audio como de vídeo.

Aunado a lo anterior no necesariamente se necesita un teléfono celular para hacer esta retransmisión, el servicio se puede conectar a una cámara normal conectada a cualquier ordenador que tenga una tarjeta capturadora o red de alta velocidad "Firewire" de vídeo y red de Internet y con esto enviar la señal de video codificada.

El I+D de las empresas estadounidenses es tal, que hace unos días ha salido al mercado un aditamento que puede recibir señal WIFI de los nodos 4G de la compañía Verizon, o por cable Ethernet, el cual conectado



Transmisión de un mitin

a cualquier cámara portátil, ofrece la codificación directamente a los nodos de la empresa Livestreamy entrar a la aplicación de realización desde este aparato, sin pasar antes por un ordenador, haciendo que las posibilidades de transmisión en directo con una simple cámara, un micrófono y sin unidad móvil se hacen cada vez más reales.

### 5. I+D en tecnología de la información, la necesidad no resuelta

En España, la compañía VSN empresa afincada en Barcelona es la pionera en el desarrollo de software para optimizar el flujo de trabajo de las redacciones de las empresas informativas de televisión, ellos no enfocan su negocio al público en general, cuentan con un servicio si así lo decide la empresa informativa, de recibir la señal transmitida por un teléfono celular, o por una cámara conectada a una computadora, codificarla y enviarla con muy buena calidad a la emisión en directo.



Transmisión desde el auditorio, el cámara sostiene un portátil

Otra empresa española dedicada a la fabricación de software para la transmisión y codificación de imagen de video es Flumotion, desde Barcelona ofrece soluciones que corren en servidores lo que permite que la señal de video que reciben esos servidores, se codifique en los formatos que las empresas necesitan y se distribuya automáticamente, permite a empresas de cualquier tipo hacer *streaming* tanto en directo como bajo demanda en los formatos líderes desde un único servidor.

Este tipo de iniciativas enfocadas por y para periodistas son las que hacen falta de desarrollar en España, no hay más que ver el espectro de aplicaciones desarrolladas para herramientas que hoy son una moda como lo es Twitter ampliamente utilizado por periodistas, *API's* (*Application Programming Interface*) que es el conjunto de procedimientos (o métodos, en la programación orientada a objetos) que ofrece una utilidad determinada para ser aplicada por otro software, y los cuales han sido desarrollados por iniciativas de I+D norteamericanas y europeas, pero no españolas.

## 6. Carencias por solventar

Urge la apertura de iniciativas en las propias universidades, un ejemplo de ellas es el Lab Mid (Laboratorio de Medios Interactivos y Digitales) iniciativa perteneciente al departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid, que tiene por objetivo desarrollar las herramientas de las tecnologías de la información enfocadas a periodistas. Las iniciativas que se desarrollen en este laboratorio pueden ser apoyadas por alumnos de otros centros como el de ingeniería o programación de software, ya que si los futuros periodistas tienen una idea a desarrollar que necesite de programación, no necesariamente tiene que programar todo el trabajo, sino transmitir a otros profesionales sus necesidades como una manera para complementar estas experiencias.

Para lograr esto se necesita que dentro de los planes de estudio de las facultades de periodismo y en este caso particular de la UCM se integren las prácticas dentro del Lab Mid, en donde literalmente se despiquen y se explique la parte técnica de las funcionalidades de celulares, cámaras fotográficas, de vídeo, etc. De esta

manera, el alumno comprenderá su funcionamiento y se puede involucrar en sus nuevas herramientas de trabajo.

## 7. Conclusiones

Los nuevos periodistas multimedia, los vídeo-periodistas, aunque algunos se refieran a ellos como "periodistas orquesta", deben entender la importancia del conocimiento técnico de diferentes herramientas audiovisuales para ofrecer un trabajo de calidad, y comprender que el lenguaje audiovisual no es el mismo para la red, que para la pantalla de televisión o para la portada digital o impresa un medio escrito. No hay que olvidar que la narración con un buen sonido en el caso de internet es lo que atrae al espectador, el espectador en internet es un espectador como el que en su día fue el oyente de radio, expuesto a muchas distracciones al mismo tiempo y multitarea.

Si la imagen y el audio replican el modelo de la televisión, ese vídeo no va a servir de mucho para los fines informativos para los que fue creado. No compartimos la visión de que el producto informativo debe ser imaculado, la narración audiovisual puede carecer de estándares de calidad, ante tanta competencia debe primar la inmediatez para que el internauta que busca información se quede o regrese a en nuestro medio. Estamos en el sentido de utilizar herramientas enfocadas al lenguaje de Internet y no utilizar las que se usa regularmente en los medios tradicionales.

Apostamos por un entorno de investigación y desarrollo en donde los futuros periodistas puedan experimentar en laboratorios con herramientas multimedia para poder crear nuevas aplicaciones, enfocadas a resolver necesidades de creación de información. Además, estamos en línea de convencer a los jefes de redacción, directores editoriales, entre otros, para que utilicen software y hardware que convierta a su medio tradicional de Internet, en un medio de vanguardia en la red.