GEN SUMMIT 2014 BCN

17/06/2014

Col·legi de Periodistes de Catalunya

acceso

ÍNDICE

PRENSA 2

INTERNET 9

PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS

Col·legi de Periodistes de Catalunya

ÍNDICE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
15/06/14	SOMIEN ELS ROBOTS PERIODISTES? / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	5	2
14/06/14	EL CONGRÉS DE DIRECTORS DE DIARIS DEBAT SOBRE PERIODISME ROBOTITZAT / ARA	7	1
13/06/14	EL PERIODISME, 'APP' DE FUTUR / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS

Col·legi de Periodistes de Catalunya

LA VANGUARDIA (ED. CATALA)
BARCELONA
15/06/14
Prensa: Diaria
Tirada: 85.886 Ejemplares
Difusión: 73.066 Ejemplares
Cód: 82828768
Página: 48
Sección: SOCIEDAD Valor: 22.595,00 € Área (cm2): 1002,0 Ocupación: 91 % Documento: 1/2 Autor: FRANCESC BRACERO Núm. Lectores: 649000

Somien els ROBOTS ser periodistes?

Programes informàtics que són capaços de redactar informacions a partir d'una sèrie de dades obren un debat encès a la premsa

EL REPORTATGE

FRANCESC BRACERO
Barcelona

La novel·la de Philip K. Dick *Somien els androides amb ovelles elèctriques?*, que va inspirar la pel·lícula *Blade runner*, de Ridley Scott, va obrir la possibilitat que algun dia els robots no només pensin, sinó que a més tinguin sentiments i valorin els seus records com els éssers humans. A aquest punt de ciència-ficció, de moment, no s'hi ha arribat, però l'automatització de tasques humanes per màquines avança cada vegada més ràpida i ja aterra en el periodisme. O potser no.

En la cita anual del Global Editors Network, GEN Summit, que ha reunit aquesta setmana a Barcelona editors i redactors de diaris de tot el món, es va abordar la sempre difícil qüestió de la robotització.

Bertrand Pecquerie, conseller delegat de GEN Summit, va assenyalar que "per a les redaccions és una mena de tabú" parlar de robots que elaboren notícies. Als Estats Units hi ha diaris que compren una part de la seva producció de notícies a empreses que comercialitzen articles escrits per robots. Es tracta de petits articles que simplement presenten una sèrie de dades d'acord amb una certa estructura narrativa. Resultats de partits esportius i presentació de balanços econòmics són dos dels tipus d'informacions que més es creen de manera automatitzada.

Les conclusions del debat a GEN Summit deixen clar que és possible que les màquines facin algunes tasques automàtiques que resulten massa rutinàries o lentes per encarregar-les a humans, però que és impossible que reemplacin el *toc humà*. En resum, som molt lluny que un robot guanyi el premi Pulitzer, encara que sí que pot ser el primer a publicar en una pàgina web que s'ha produït un terratrèmol en algun lloc (ja ha succeït). Una altra cosa és que sigui capaç de contrastar-ho i de convertir-se en una font creïble.

Un robot no contrasta les dades. Simplement accepta les que se li donen. Per això, les informacions que elaboren robots per a alguns mitjans i agències representen per a molts un perill. Fins i tot s'han inventat programes perquè, mitjançant recerques per internet, contrastin les dades. El que no pot fer un robot és trucar a una font per autentificar una informació o pensar en maneres alternatives de fer-ho si els primers intents fallen, com faria un humà.

Larry Birnbaum, llicenciat en Ciències de la Computació per la Universitat de Yale i codirector del laboratori d'informació intel·ligent de la Northwestern University de Chicago, va justificar al GEN Summit la redacció de notícies per part de robots. "Els robots –va assenyalar– expliquen històries en l'escala d'internet". Es tracta d'informació bàsica, de teletip, amb redactats a partir de les dades que proporcionen posts de dades com les estadístiques dels partits de beisbol.

Una de les preguntes que es deriven d'aquest ús és que, si les dades ja ho diuen tot, per què cal que els robots redactin? L'explicació és que els humans som éssers que ens comuniquem mitjançant el llenguatge. Es el que entenem més bé. Les informacions més susceptibles de ser elaborades per robots són aquelles que depenen només de dades precises, com les estadístiques d'una competició esportiva i la informació de negocis. Aquestes notícies extretes de posts Excel i de gràfics "expliquen les causes d'aquestes dades i fan recomanacions". "Les històries proporcionen context –observa Birnbaum– i fan que les dades tinguin sentit".

El més xocant és que l'esport, una de les activitats socials més passional, sigui redactada per una màquina. Com resultaria una informació robòtica del gol d'Iniesta en el Mundial de Sudàfrica? Interessaria a algun lector? La resposta sembla òbvia. Yves Eudes, redactor sènior del diari *Le Monde*, apunta que "els articles creats per robots són menys entretinguts, però en contrapartida són més precisos, més objectius".

Tot i això una precisió extrema i una objectivitat rígida poden fer que la informació perdi interès. El periodista, com a persona, està obligat a fer un exercici d'objectivitat conscient, però la seva narració sempre conté algun grau de subjectivitat que ens fa a tots diferents a l'hora d'explicar un mateix fet.

Brian Timpone és fundador de Local Labs, una companyia de Chicago que ofereix serveis automatitzats a diaris locals i que té 25 empleats a més d'altres 100 contractats a quatre continents. Tots ells són persones que treballen per a robots. Segons va explicar al Gen Summit, el *Chicago Tribune* va comprar prop del 30% de les notícies el 2012. Segons la seva opinió, "fer informació és especial respecte a fer altres coses", però l'element diferencial de qualitat humà es veu afectat perquè "els models de producció editorial són arcaics".

El diari *The Guardian* té una publicació mensual destinada als Estats Units en paper, *#Open001*, que s'envia a agències de publicitat i que està creat per un algoritme que tria articles i fotos ja publicats pel diari i que, per tant, han passat un filtre humà.

Les notícies que procedeixen de màquines ara són informacions curtes, amb redactats plans en els quals no hi ha, per exemple, la ironia, la imaginació ni l'experiència d'un ésser humà. Un ordinador no és capaç de relacionar fets de la mateixa manera que les persones. Quan s'accedeix a pàgines web com la de Forbes.com, s'hi poden trobar algunes informacions firmades per Narrative Science, una companyia formada per 30 persones que serveix a empreses periodístiques i d'internet infinitat d'informacions, com els informes de vendes de companyies, els resultats d'una jornada del campionat de beisbol o un sumari de la cursa presidencial a partir de tuits publicats.

Els partidaris del model robòtic a la producció d'informació asseguren que les tasques que han assumit els algoritmes robòtics són aquelles que els periodistes no feien. Per exemple, els informadors no veuran partits de les lligues menors de determinats esports. Seria una tasca tediosa i cara per a les empreses,

NOTÍCIES SIMPLES

La informació de robot acostuma a ser d'estadística i dades econòmiques

INFORMACIÓ FIABLE

Contrastar una notícia és una altra de les diferències clau en el debat

Experiències

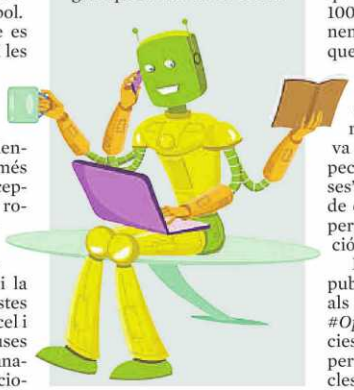
Los Angeles Times. El març passat, Ken Schwencke, un periodista i programador del diari *Los Angeles Times*, es va despertar a causa d'un terratrèmol a les 6.25 del matí. Va anar a l'ordinador, hi va trobar un breu article sobre el sisme i només va haver d'activar l'opció "publicar" perquè el seu web fos el primer a informar, tres minuts després del succés. La informació va ser creada per un algoritme anomenat Quakebot i dissenyat pel mateix Schwencke. Al final de la notícia podia llegir-se: "Aquesta informació prové del servei de notificació de terratrèmols de l'USGS (United States Geological Survey) i aquest post va ser creat per un algoritme escrit per l'autor".

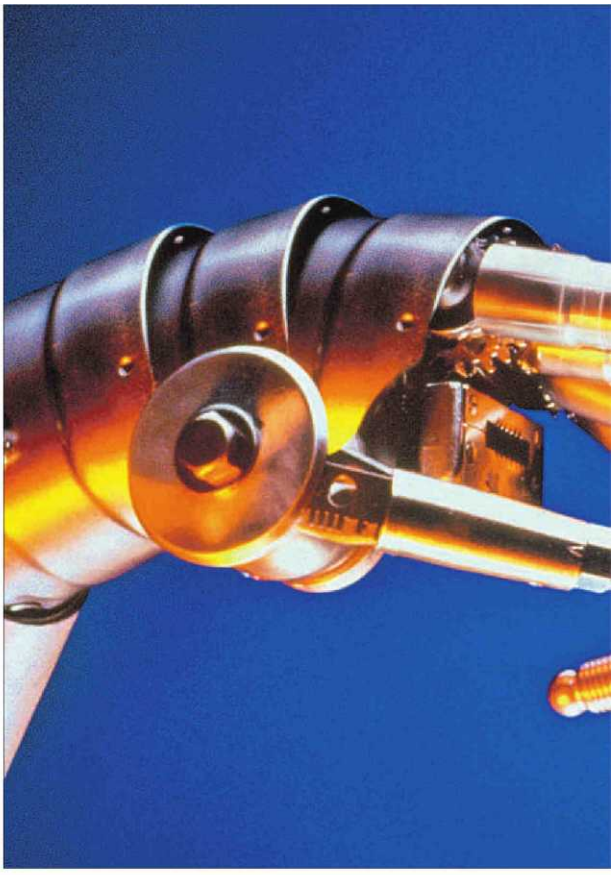
The Guardian. El diari britànic *The Guardian* elabora una publicació mensual impresa en paper anomenada *#Open001* que és elaborada per un algoritme a partir d'articles i fotografies ja publicats al diari i redactats per éssers humans.

Forbes.com. El web Forbes.com ha publicat diversos articles creats per Narrative Science, un sistema de producció de textos automàtics a partir de dades. La majoria dels articles destacats del web, tot i això, estan firmats per persones.

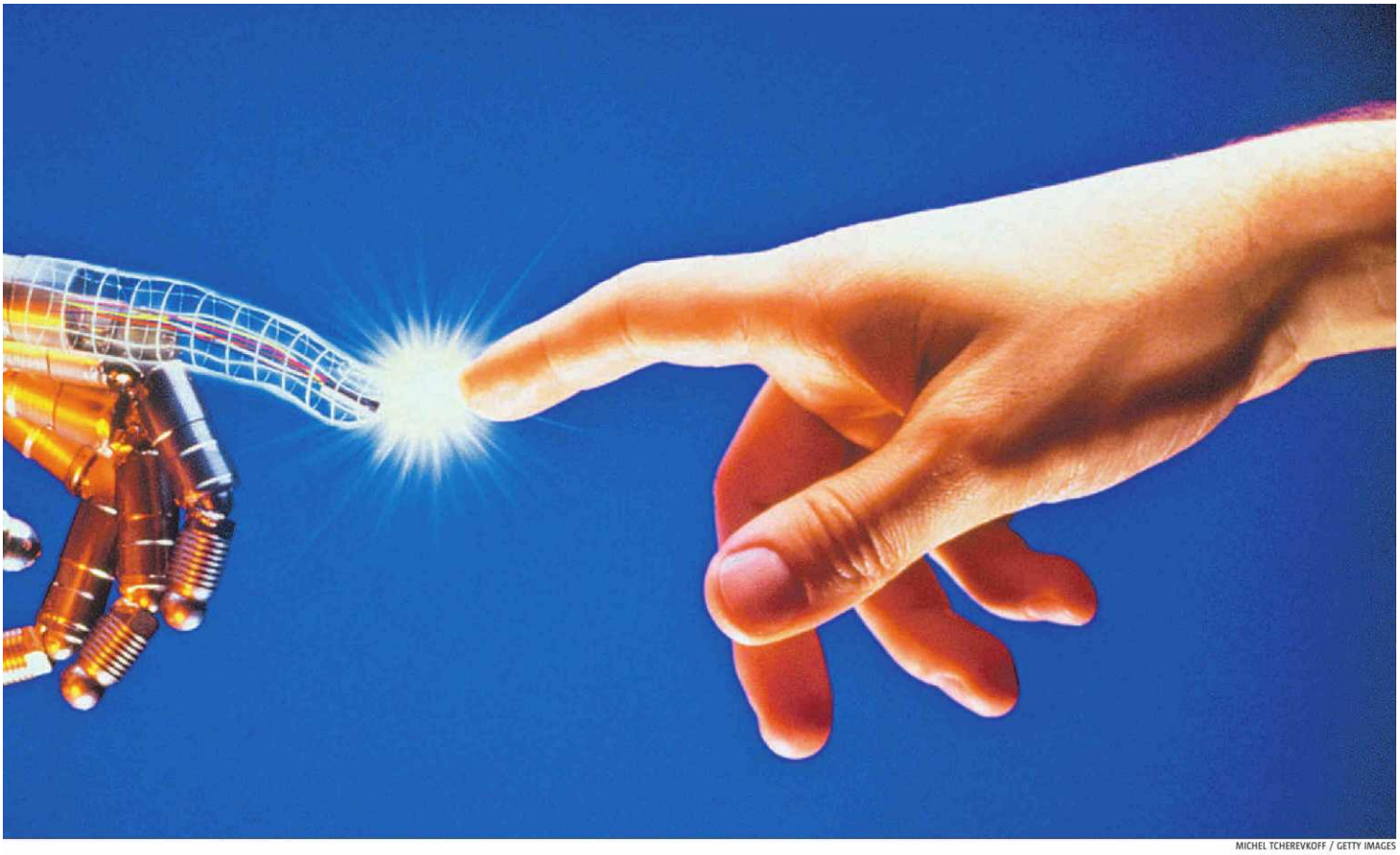
Flipboard. Aplicacions com Flipboard, disponibles per a mòbils i tauletes, recopilen articles que són en una pàgina web i són capaços de presentar-les amb un format de publicació perquè es llegeixin com una revista.

1.000 milions. Segons la companyia Automated Insights, dedicada a elaborar textos de forma automàtica, a finals d'aquest any els seus programes hauran elaborat 1.000 milions de notícies. L'any anterior van ser 350 milions. El fundador de l'empresa, Robbie Allen, assegura que els periodistes no tenen motius per preocupar-se, perquè són continguts que abans no es feien.





LA VANGUARDIA (ED. CATALA)
BARCELONA
15/06/14
Prensa: Diaria
Tirada: 85.886 Ejemplares
Difusión: 73.066 Ejemplares
Cód: 82828768
Página: 49
Sección: SOCIEDAD Valor: 17.322,00 € Área (cm2): 768,1 Ocupación: 69,76 % Documento: 2/2 Autor: FRANCESC BRACERO Núm. Lectores: 649000



MICHEL TCHEREVKOFF / GETTY IMAGES

que tindrien persones treballant durant hores per a informacions molt breus. Així que se suposa que, de moment, cap robot no li ha pres el lloc de treball a un periodista.

Una variant de la redacció robotitzada és el producte que comercialitza Yota Cohen, cofundador de Wibbitz, una companyia israeliana que, mitjançant un algoritme, aconsegueix elaborar 10.000 vídeos diaris a partir d'una senzilla informació d'agència. Aquests vídeos, molt configurables de diferents maneres pels usuaris, es creen en només cinc segons i serveixen per alimentar pàgines web, on una part important del consum, i per tant de la publicitat, són els vídeos.

Arden Manning, director de comunicacions de Yseop, una companyia que assegura que el seu producte és "el primer motor d'intel·ligència artificial que escriu i dialoga com un humà", reivindica que el robot pot proporcionar "les notícies que vols, en el moment que vols i en l'idioma que vols".

Una de les presentacions més aplaudides al GEN Summit va anar a càrrec de David Sancha,

DEL NÚMERO A LA PARAULA

Els éssers humans comprenen millor les dades explicades mitjançant llenguatge

EMPATIES I ERRORS

Pel robot és difícil calibrar coses com ara si hi ha massa sang en una fotografia

director de Xalok, una plataforma de gestió de continguts web. Un divertit diàleg imaginari amb l'assistent Siri de l'iPhone li va servir per concloure que els robots poden seleccionar, redactar i dissenyar notícies, a més d'una feina que no és del periodista, com la venda de publicitat.

Els principals arguments que qüestionen l'ús de les màquines en la informació els va presentar Tom Kent, editor d'Associated Press que ha estat dues vegades jurat del premi Pulitzer. Si l'ús de l'algoritme es justifica pel fet que només es tracta de relacionar dades, per què no ho fem amb un entrenador? Se li donen a l'ordinador totes les dades de jugadors pròpies i rivals i que un algoritme decideixi l'alineació, els canvis i la forma de jugar un equip. Difícilment els aficionats d'un club esportiu acceptarien que una màquina prengués aquestes decisions.

Kent va suggerir que "és important que se li digui a la gent que una història ha estat generada de forma automàtica per una màquina" perquè decideixi si li interessa, i va recordar que, amb els contestadors telefònics automàtics, "hi ha gent que se sent realment ofesa si qui els parla és una màquina".

Yves Eudes, de *Le Monde*, va considerar que "el periodisme

UNA REDACCIÓ PLANA

Imaginació, ironia i experiència no són a l'abast de les màquines

TREBALLS INGRATS

Hi ha qui defensa que els robots alliberen el periodista de tasques simples i repetitives

automàtic és positiu, perquè ens deslliura als periodistes de determinades tasques que són molt repetitives". En un punt intermedi hi ha el periodista Burt Herman, cofundador de l'aplicació Storify, una plataforma que compon històries amb informació extreta de les xarxes socials. "No és una qüestió de blanc i negre –va indicar–, d'humans contra robots, sinó d'una combinació, que hi ha coses que es poden fer amb les dades i coses que no es poden".

Per Kent, en canvi, hi ha un munt de qüestions que fan del periodisme robòtic una eina poc fiable. Si el robot ha de triar fotografies per publicar, com sabrà si en una imatge d'un atemptat terrorista hi ha massa sang com per publicar-la?, com percebrà si hi surten nens?, com detectarà una imatge pornogràfica?

"Em preocupen especialment els errors –va admetre Kent–, perquè no es descobriran aviat. Els humans podem cometre errors, però els acabem veient". I va deixar una visió de futur: "Els humans també estem evolucionant. No estem acabats. Farem històries no tan correctes, no tan previsibles".●

ARA
BARCELONA

14/06/14

Prensa: Diaria
Tirada: 25.770 Ejemplares
Difusión: 14.326 Ejemplares

Cód: 82806663

Página: 56

Sección: COMUNICACIÓN Valor: 972,00 € Área (cm2): 256,4 Ocupación: 28,52 % Documento: 1/1 Autor: À. GUTIÉRREZ BARCELONA Núm. Lectores: 125000

Un dels temes que s'ha tractat és el periodisme de dades. MILLÁN I. BERZOSA

El congrés de directors de diaris debat sobre periodisme robotitzat

À. GUTIÉRREZ
BARCELONA

Barcelona ha acollit, des de dimecres i fins divendres, el GEN Summit, el principal congrés que aplega directors de diaris d'arreu del món. Un dels temes que va centrar la trobada d'aquest any és el periodisme automitzat, és a dir, fet per robots. El tema no és percebut com a imminent, segons va recordar Bertrand Pecquerie, conseller delegat de GEN, però sí que ja hi ha experiments rellevants i la noció que la generació de notícies fabricades per ordinadors serà cada cop més freqüent a les redaccions, costat per costat del periodisme *humà*.

El professor Larry Birnbaum de la Universitat Northwestern de Chicago va explicar com, a partir de bases de dades, un programa és capaç d'elaborar notícies sobre diversos temes, incloent-hi cròniques esportives, evolució a la borsa d'empreses o rànquings d'institucions. En aquella sessió, David Sancha, director general de Xalok –una empresa especialitzada en gestors de continguts web–, va explicar també exemples de robots que ja escriuen o editen notícies. Entre els projectes que es van esmentar hi ha el del projecte de *The Guardian* que, el mes passat, va llançar el primer número (més aviat un prototip) d'un diari elaborat per un robot, a partir d'articles seleccionats per un ordinador. Un algoritme recull quines peces han tingut més impacte a la web i les transforma en un diari en paper de manera automàtica.

El GEN va comptar amb més de 70 ponents sobre aquest i altres temes relacionats amb el futur del sector. Tot i que es tracta d'un congrés itinerant, els organitzadors van expressar la seva voluntat de repetir l'any que ve a Barcelona com a seu de la trobada.

EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) 13/06/14
BARCELONA

Prensa: Diaria
Tirada: 52.070 Ejemplares
Difusión: 40.388 Ejemplares

Cód: 82770252

Página: 34

Sección: SOCIEDAD Valor: 5.754,00 € Área (cm2): 257,3 Ocupación: 24,33 % Documento: 1/1 Autor: CARMEN JANÉ I BARCELONA Núm. Lectores: 634000

CONGRÉS D'EDITORS

El periodisme, 'app' de futur

500 editors i professors mostren a Barcelona noves formes d'informar

CARMEN JANÉ
BARCELONA

Informar segueix sent l'objectiu. Amb veracitat i rigor, com sempre. El que canvien són els mitjans, els mètodes i els aparells amb què es fa. I el canal, que es torna cada vegada més mòbil i més pròxim a l'usuari. Així ho entén la xarxa mundial d'editors de premsa, la Global Editor Network, que organitza per primera vegada a Barcelona –des de dimecres passat i fins avui– el seu congrés anual, la Gen Summit 2014.

«Som la generació de periodistes amb més sort des de la invenció de la impremta», va proclamar en l'obertura Mat Kelly, el president del congrés, davant de reporters que han vist minvar les seves plantilles, reduir els seus sous i baixar la seva audiència. ¿Per què tant optimisme? Perquè, va recordar, hi ha més mitjans que mai per informar i arribar a l'audiència, que ha passat de rebre només un mitjà a ser bombardejada per tot arreu i a tothora, però que només se sent seduïda –i en això hi ha unanimitat– pel bon contingut.

El congrés va mostrar robots que escriuen històries a partir de dades extretes de plantilles com els de Quill, que organitzen els articles en presentacions noves a gust de l'editor com els de Flipboard i que fins i tot creen vídeos a partir d'històries escrites com la sorprenent *app* israeliana Wibbitz. Però que també comencen a ser utilitzats per verificar si una dada és autèntica o si un vídeo ha estat alterat, o per gestionar la publicitat, com fa Google. Intents de periodisme automatitzat que, com admetien, **«encara no són bons fent investigacions, recollint emocions i intuïcions per confeccionar les seves històries».**

El *Washington Post,* que acaba de comprar l'amo d'Amazon, Jeff Bezos, va ensenyar com està desenvolupant eines per fer arribar les notícies als nous formats que utilitzen els seus lectors. És el que va definir com a «**periodisme adaptatiu»,** que inclou des del canal de xarxes socials com Snapchat fins a l'ús del periodisme de dades, una de les tendències puixants per enriquir la informació.

Robots creen vídeos amb textos, maqueten i posen anuncis, però no recullen emocions

Dan Gillmor, promotor de l'anomenat periodisme ciutadà, va instar a replantejar en mans de qui està la informació després de les revelacions del *cas Snowden* i va instar a usar sistemes tecnològics que no depenguin de grans empreses i protegeixin les fonts. Una necessitat molt evident davant les queixes dels nombrosos congressistes de països àrabs, que relataven els seus esforços per oferir informació real enfront del discurs que volen oferir els seus règims. ≡

INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS

Col·legi de Periodistes de Catalunya

ÍNDICE

Periodisme i MItjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/06/14	Axel Springer y The Washington Post muestran sus estrategia digitales en la GEN Summit de Barcelona / DigiMedios	12	2
12/06/14	La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas / DigiMedios	14	1
11/06/14	Global Editors Network analiza el nuevo periodismo / Infoperiodistas.info	15	1

Periodisme i MItjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Axel Springer y The Washington Post muestran sus estrategia digitales en la GEN Summit de Barcelona

Lunes, 16 de junio de 2014

Axel Springer y The Washington Post muestran sus estrategia digitales en la GEN Summit de Barcelona Posted by Luis | Filed under Mercado | jun 16, 2014 | Tags: Axel Springer, Barcelona, conferencia, Cory Haik, Die Welt, GEN Summit, Jan-Eric Peters, jornadas, The Washington Post | No CommentsEn el transcurso de las jornadas que la Global Editors Network (GEN) celebró la pasada semana en Barcelona, una parte importante de la sesión central se dedicó a los temas relacionados con la estrategia digital de los medios de comunicación, centrando la atención en temas como el creciente papel de los directores de contenidos de los grupos y su interacción con los directores de los medios y la relativa tardanza en reorientar la actividad hacia los móviles, pese a la importancia que dichos terminales están adquiriendo en nuestra sociedad. En el transcurso de esa sesión, las ponencias principales las protagonizaron ejecutivos del grupo alemán Axel Springer (Jan-Eric Peters, director del diario Die Welt) y de The Washington Post (Cory Haik, directora del servicio de noticias digitales). Según el director de Die Welt, en su caso la estrategia ha consistido en pasar del mundo impreso al mundo online, como estado previo a la impresión (print only to online to print, según la terminología empleada por Peters). La transición se realizó en la década que va de 2002 a 2012, cuando al comienzo del periodo contaban con una redacción para el diario (Die Welt) y otra para el semanal (Welt om Sontag), y una pequeña redacción de 4 o 6 personas atendía la web. Cuatro años más tarde ya se contaba con una redacción integrada que trabajaba bajo el principio de lo primero, el digital, y que exigió el traslado a un espacio completamente renovado y en donde el elemento central y de mayor dimensión estaba ocupado por la redacción que trabaja para las webs informativas. Seis años más tarde, la filosofía y organización del trabajo se ha reformulado y ya se trabaja dando primacía a la información que se distribuye digitalmente, mientras que diferentes flujos canalizan una parte de los contenidos en función de las periodicidades de los medios impresos. Estos, en cualquier caso, ya disponen de unos equipos humanos mucho más pequeños que los que se encargan de la información digital, como muestra el que sólo 12 personas se encarguen de producir el diario. De acuerdo con Jean-Eric Peters, las enseñanzas principales del proceso seguido por Die Welt son tres: integración total, radicalidad (no hay tiempo para evoluciones lentas) y comunicación permanente de qué, cómo y por qué se hacen las cosas. Por su parte, según Cory Haik la estrategia de The Washington Post pasa por llegar a los usuarios donde quiera que estén, ya que internet llega a todas partes. Y en este sentido, y debido a la expansión de los terminales móviles ya se pueden desarrollar experiencias pal to palm, es decir, de la palma del periodista (es decir desde su terminal móvil) a la palma del usuario (donde hay un terminal similar). La directiva del diario estadounidense denomina a esto periodismo adaptado, ya que busca generar noticias en función de los terminales y las plataformas donde se generan. Esta forma de comunicar,

según Haik, genera unas formas diferentes de narrativa periodística, que, cuando emplean información aportada por los usuarios, se convierte en una narrativa que denominan social. Entre los ejemplos aportados por Haik en su presentación, se encontraba una acción desarrollada por el diario durante el cierre de la Administración Federal, provocado por los desacuerdos entre demócratas y republicanos sobre el presupuesto. Durante ese tiempo -18 días- los lectores del diario dispusieron de una aplicación móvil en la que podían dejar mensajes acerca de cómo les afectaba a ellos el cierre y toda la información, gracias a herramientas de geolocalización, se recogían en un mapa digital, al que se enlazaba desde el diario.

La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas

Jueves, 12 de junio de 2014

La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas Posted by Luis | Filed under Mercado | jun 12, 2014 | Tags: GEN Summit, Global Editors Network, periodismo, reunión, robots | No CommentsLa Global Editors Network (GEN), una asociación creada para promover el periodismo de calidad en las redacciones, inició ayer unas jornadas en Barcelona con una serie de sesiones dedicadas al periodismo de robots, es decir al periodismo realizado por programas informáticos a partir de información contenida, mayoritariamente, en bases de datos. En el discurso inaugural de las jornadas, Bertrand Pecquerie, consejero delegado de GEN, ya advirtió que, aunque el periodismo hecho por robots ha sido un tema tabú en las redacciones y su expansión no sea inminente (no será para septiembre, dijo), sí es cierto que se trata de un fenómeno sobre el que es necesario reflexionar. En la primera jornada de la GEN Summit de Barcelona se presentaron sobre este tema distintas experiencias, como las dirigidas por el profesor Larry Birnbaum de la Universidad Northwestern de Chicago (EE.UU) en las que a partir de bases de datos, un programa elabora noticias sobre temas tan diversos como eventos deportivos, evolución de compañías o rankings de instituciones. En el transcurso de la misma sesión, David Sancha, director general de Xalok (una compañía dedicada al software para redacciones), subrayó hasta qué punto la automatización ha llegado a las redacciones. Según Sancha, los robots ya escriben noticias (y puso de ejemplo las que acababa de mostrar Birnbaum); ya editan (como ha mostrado el proyecto de The Guardian de una publicación confeccionada automáticamente a partir de textos de periodistas), ya diseñan (como sucede con agregadores como Flipboard), e, incluso, ya venden publicidad (pues no otra cosa son los sistemas de asignación de publicidad digital en tiempo real, o RTB, por sus siglas en inglés). El contrapunto a las experiencias con robots que realizan trabajos periodísticos lo puso el periodista Tom Kent, de Associated Press, quien, sin negar las posibilidades de este tipo de experiencias siempre que se parta de bases de datos de calidad, señaló algunos de los interrogantes que abren: desde la imparcialidad (la selección de información, por ejemplo, dependería de algoritmos que no tienen por qué estar diseñados para que actúen de forma imparcial) o la transparencia, hasta problemas derivados de la detección de errores (los programas automáticos permitirían elaborar información a un ritmo mucho mayor que el humano), la propiedad de las informaciones y, sobre todo, la responsabilidad por la información elaborada.

Infoperiodistas.info
http://www.infoperiodistas.info/noticia/16387/Global-Editors-Network-analiza-el-nuevo-periodismo
Mié, 11 de jun de 2014 17:43
Audiencia: 23.045 **Ranking:** 4
VPE: 118 **Página:** 1
Tipología: online

Global Editors Network analiza el nuevo periodismo

Miércoles, 11 de junio de 2014

Redacciones sin periodistas, información de datos, periodismo robotizado, periodismo digital, nuevos modos de contar historias, blogging, la posición del editor, el futuro de las noticias, las aplicaciones móviles... Una redacción hace diez años no se planteaba estos temas, algo que sí se va a analizar durante tres días en la Global Editors Network organiza la cumbre GEN News Summit en Barcelona. El evento que arranca este 11 de junio cuenta con periodistas y editores de todo el mundo e intentarán buscar las respuestas de la nueva era del periodismo. Bertrand Pecquerie, CEO de Global Editors Network inaugura las ponencias, que dara paso a expertos de la talla Lucia Adams, Jefe Adjunto de Digital; The Times, Abdulrahman Alsarraj, Masar Media Center Syria; Grig Davidovitz, Director Ejecutivo de RGB Media; Fritiz Dubois, Jefe de redacción de El Comercio, Perú; Jane Johnson, Directora Ejecutiva de Contenido en Bauer Media; Steve Herrmamm, Editor News Online, BBC; Jaume Giró, Vicepresidente, Comunicación, Relaciones Institucionales, Brand and CSR, Caixa Bank; Seymour Hersh, Ganador del premio Pulitzer o Cory Haik, Productor ejecutivo y editor principal de Washington Post... y así hasta sesenta ponentes. Los profesionales de la información se enfrentan continuamente a retos tecnológicos y de movilidad. En el caso del periódico como "The Washington Post", fue el primer medio estadounidense en ser comprado por un nuevo empresario de medios: Jeff Bezos, fundador de Amazon. Todos los cambios en la redacción o de gestión son objeto de escrutinio, especialmente la relación con sus lectores, usuarios y clientes. La Cooperación entre medios y de las transferencias de tecnología e información norte a sur, promovidas por La Global Editors Network y el Foro Al Sharq, también será objeto de dabate. Este intercambio no sólo se limita a la información, sino que se tratarán los nuevos comportamientos vinculados a la globalización. Por último el chef Ferrán Adriá, con su nuevo Bulli Lab, dará la "anticonferencia". Los editores podrán entender el proceso de innovación en gastronomía y potencialmente usar algunas de las "mejores prácticas" para el periodismo del futuro. GEN Summit es el congreso con más asistentes del calendario de medios digitales 2014 y donde se dan cita los periodistas más influyentes del sector de los medios de comunicación. Por su parte, The Global Editors Network (GEN) está comprometido con la sostenibilidad periodística, fortaleciendo redacciones e innovadores en medios a través de la variedad de programas diseñados para inspirar, conectar y compartir. La organización es una comunidad de más de 1.000 redactores jefe y profesionales de la comunicación en todo tipo de soportes.