

EL FUTURO DEL PERIODISMO ES COLABORATIVO

PERIODISMO COLABORATIVO



CUADERNO

Un cuaderno para planificar y gestionar los detalles y la logística de la colaboración en medios de prensa.

COLABORANDO PODEMOS

CUBRIR HISTORIAS PARA LAS CUALES NUESTROS RECURSOS NO DARÍAN ABASTO.

GANARNOS LA CONFIANZA DEL PÚBLICO Y FOMENTAR LA RENDICIÓN DE CUENTAS ENTRE ORGANIZACIONES.

PROMOVER DIVERSIDAD DE PENSAMIENTO Y PERSPECTIVAS.

BENEFICIARNOS DE LAS HABILIDADES DE OTROS Y APORTAR LAS NUESTRAS PARA CUBRIR TEMAS COMPLEJOS.

EXPANDIR EL ALCANCE E IMPACTO DE CONTENIDOS QUE NECESITAN LLEGAR A MÁS GENTE.

CREAR ACCESO A NUEVOS TEMAS, REGIONES Y FUENTES SIN DUPLICAR ESFUERZOS.

LOGRAR NIVELES DE INFLUENCIA QUE NO PODRÍAMOS ALCANZAR SOLOS.

CONCENTRAR LA ATENCIÓN DEL PÚBLICO EN HISTORIAS IMPORTANTES.



SOBRE ESTE CUADERNO

Este cuaderno busca ayudar a periodistas y organizaciones a tomar decisiones útiles en la gestión de proyectos colaborativos.

Hay un millón de detalles a tener en cuenta a la hora de diseñar, gestionar y aprender de una colaboración, y la arrancada puede resultar un poco abrumadora. Este cuaderno está diseñado para guiarte a través de algunas de las grandes decisiones que te situarán en el camino correcto y te irá mostrando algunas ideas y ejemplos de lo que puedes hacer a medida que avanzas.

En las páginas siguientes encontrarás espacios en blanco para planificar tu próximo proyecto colaborativo. Las secciones están organizadas de acuerdo con las cuatro fases principales de este tipo de esfuerzo.

CONSIDERAR

SI COLABORAR ES EL CAMINO CORRECTO

DISEÑAR

LAS CONDICIONES NECESARIAS PARA QUE FUNCIONE

GESTIONAR

EL TRABAJO PARA QUE SEA EFICIENTE Y EFICAZ

EVALUAR

LA EXPERIENCIA PARA APRENDER Y MEJORAR EL PROCESO

Espero que esta herramienta te resulte útil. Todos los comentarios y sugerencias sobre cómo mejorarla o enriquecerla serán bienvenidos.

OPTAR POR COLABORAR



Hay muchos tipos de colaboración para una amplia gama de objetivos. Puede ser un acuerdo formal basado en un contrato escrito que lo regula, o empezar con una llamada telefónica casual que termina convirtiéndose en años de ayuda mutua. No existe una única manera correcta de hacerlo y la única opción errónea es no valorar nunca la conveniencia de colaborar.

No significa necesariamente que sea la mejor opción en todos los casos, pero sin dudas es una que vale la pena discutir. Como cualquier otro formato o enfoque en periodismo, es una herramienta que puede incrementar la calidad y el impacto de una historia.

CUÁNDO CONVIENE COLABORAR

¿TIENES UN PROYECTO QUE QUIERES DESARROLLAR COLABORATIVAMENTE?

Es más fácil partir de un proyecto u objetivo y evaluar entonces si conviene desarrollarlo en colaboración con socios o no. Toda cobertura puede trabajarse en colaboración, pero no todas requieren necesariamente ese enfoque, así que es importante dilucidar qué puedes hacer con tus recursos y cuándo el modelo colaborativo va a ayudarte a lograr algo que tú y tu organización no hubiesen podido conseguir por sí solos.

¿TIENE SENTIDO COLABORAR PARA LOGRAR EL OBJETIVO QUE PERSIGUES? ¿POR QUÉ?

¿QUÉ BENEFICIOS ESPECÍFICOS VA A APORTAR LA COLABORACIÓN A TU META?

¿TU ORGANIZACIÓN TIENE CAPACIDAD PARA SER UN BUEN SOCIO?

¿TU EQUIPO Y TU ORGANIZACIÓN ESTÁN DE ACUERDO CON LA IDEA?

Si tienes un proyecto en mente, una idea clara de tus metas, expectativas realistas sobre los beneficios que la colaboración aportará al éxito de tu trabajo y cuentas con el apoyo y las capacidades necesarias de parte de tu organización, estás en el camino correcto para emprender un proyecto colaborativo.

POSIBLES MODALIDADES DE COLABORACIÓN PARA TU ORGANIZACIÓN

Si apenas estás iniciándote en este campo o considerando ampliar tus actuales prácticas colaborativas, sería útil que pensaras en cómo aprovechar estas asociaciones en tu trabajo periodístico. A continuación aparecen ejemplos de lo que están haciendo algunos medios de prensa:

CONTENIDO COMPARTIDO

Compartir fotos, audio, video u otro tipo de contenido. Normalmente consiste en que un medio de prensa comparte una foto u otro tipo de contenido con otro medio, para que lo emplee en su propia cobertura de una noticia. El material se empleará del modo acordado por ambas partes con los correspondientes créditos de autor e hipervínculos a la fuente.

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO

Hacer llegar el contenido de los socios al público propio. Una de las modalidades de colaboración más poderosas, y que exige un mínimo de esfuerzo adicional, es compartir tu contenido con otros medios para que lo publiquen en sus plataformas. Para medios pequeños y locales, es una forma de hacer llegar su trabajo a un público más amplio. También puede ser una vía para emplear los recursos disponibles de manera más estratégica, en dependencia del nivel de coordinación que exista.

COBERTURA COORDINADA

Cubrir estratégicamente una historia de gran envergadura para optimizar el despliegue de recursos. Vivimos en una era periodística de grandes historias, donde el volumen y la complejidad de los datos se incrementan por día. Cada vez se torna más difícil cubrir en solitario los temas más complejos a profundidad. Coordinar una cobertura entre varias redacciones para lograr un tratamiento a fondo de un tema que preserve la perspectiva local es una forma de colaboración de alto impacto.

CONTRIBUIR A UN PRODUCTO MAYOR

Aportar trabajo individual a un proyecto mayor que no sería posible crear en solitario. Otra modalidad de periodismo colaborativo es aportar contenido a la creación de un proyecto mayor, algo que es más común en medios públicos.

REVISIÓN POR PARES

Revisar coberturas complicadas, como las que emplean conjuntos de datos complejos. En periodismo de datos es difícil emplear las técnicas tradicionales de verificación y es común que los medios más pequeños no tengan suficiente personal con las habilidades necesarias para validar la metodología y los datos.

COBERTURA EN PARALELO

Cada uno de los socios trabaja para publicar su propio producto. Esta modalidad, menos laboriosa que la cobertura conjunta, la hemos ubicado aparte porque aunque los medios se asocian para cubrir la misma historia, trabajan para crear productos diferentes. Esta forma de colaboración es más conveniente para medios que tienen distintas plataformas, como una estación de radio y un periódico impreso.

COBERTURA CONJUNTA

Periodistas de diferentes medios trabajan juntos en un mismo producto final. A diferencia de la cobertura en paralelo, esta modalidad consiste en colaborar directamente para crear un único producto. Puede resultar más complicada,

dado que requiere la imbricación de participantes que probablemente tienen procesos editoriales, estándares de edición y enfoques muy diferentes. Sin embargo, el trabajo resultante suele reflejar conocimientos más profundos del tema e incluir un conjunto más amplio y diverso de fuentes aportadas por cada periodista.

REMISIÓN A FUENTES

Ayudar a tus socios a encontrar fuentes expertas.

Todo periodista tiene en su lista de contactos expertos a quienes acudir para consultas sobre políticas, contextos, hechos. Ayudar a tus colegas a encontrar esas fuentes valiosas es un tipo de colaboración sencilla.

PERIODISTA COMPARTIDO(A)

Combinar recursos para compartir el costo de contratar a un reportero(a) para cubrir un tema o lugar específico. Pocos medios pequeños pueden darse el lujo de tener sus propios corresponsales en un lugar dado, o tener un(a) periodista atendiendo un tema que es importante para el público, pero solo en determinadas ocasiones. Cuando se necesita esta presencia periodística, que por cualquier motivo no se puede costear o justificar para añadir un nuevo puesto de trabajo, una solución viable podría ser establecer una asociación con otro medio para cubrir esos gastos y compartir el contenido producido.

INSERCIÓN DE PERSONAL EN OTRO MEDIO

Enviar un periodista a otro medio, ya sea para capacitación o para tener mejor acceso a una cobertura. Cambiar de ambiente siempre es bueno y una forma de hacerlo es insertarse en otro medio. Esto puede servir para tener otro tipo de acceso a una historia que ya está cubriendo otra persona, o para darle al periodista la oportunidad de trabajar en un proyecto de otro medio y aprender de sus colegas allí.

INTEGRACIÓN DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Optimizar recursos administrativos para apoyar o financiar mejor el trabajo reporterial. Esta modalidad es parecida a la de compartir periodistas, pero es una asociación más compleja y a más

largo plazo. La integración de recursos administrativos permite aprovecharlos de manera más estratégica. Es más económico contratar a un par de personas para que atiendan las necesidades de varios medios pequeños, que contratar los mismos puestos repetidos en cada medio de prensa.

ORGANIZACIÓN CONJUNTA DE EVENTOS

Varios medios planifican y gestionan un evento noticioso.

Esta es un área donde diferentes medios de la misma comunidad pueden sobresalir uniéndose para brindar un nivel de cobertura mucho mejor para sus públicos mediante la organización de eventos noticiosos en la comunidad.

DISTRIBUCIÓN DE EMERGENCIA

Servir como una red de seguridad o respaldo a redacciones/periodistas en áreas/situaciones donde no les sea permitido publicar o no puedan hacerlo sin arriesgar su seguridad. Esta modalidad exige altos niveles de confianza y comunicación de todas las partes involucradas, pero puede resultar de gran impacto, especialmente para medios pequeños.

DEMANDAS JUDICIALES/ SOLICITUDES DE INFORMACIÓN COORDINADAS

Apoyo mutuo entre medios/ periodistas independientes para hacer solicitudes de información.

Los gobiernos y las empresas están haciendo esfuerzos sin precedentes para limitar el acceso a la información. Apoyarnos los unos a los otros para lograr tal acceso es una de las formas más sencillas de colaborar en algo de vital importancia.

CAPACITACIÓN EN ÁREAS ESPECIALIZADAS

Compartir los conocimientos de una redacción mediante cursos de capacitación.

Los medios de prensa suelen cultivar profesionales y equipos con excelentes habilidades en áreas específicas. Organizar talleres de capacitación para ayudar a transmitir esas habilidades a colegas de otros medios es una forma de mejorar la calidad del periodismo que hacen.

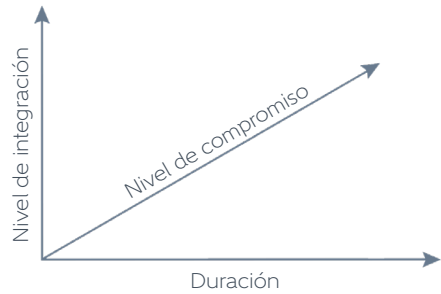
NIVEL DE PARTICIPACIÓN QUE CONVIENE MÁS A TU ORGANIZACIÓN

En una investigación del Centro de Medios Cooperativos, Sarah Stonbely identifica dos parámetros que ella considera como los dos principales factores en la organización de proyectos colaborativos:

"Hemos identificado dos de los que creemos son los elementos más importantes que intervienen en la organización de una colaboración: la duración en el tiempo y el grado de integración entre las organizaciones asociadas.

"A medida que ambos se incrementan, el nivel de compromiso necesario para que la colaboración funcione también se incrementa. Usando estas dos variables, hemos identificado seis modelos diferentes de periodismo colaborativo."

Variables de los modelos colaborativos



	Ocasional Finita	Continua Abierta
Los socios crean contenido por separado y lo comparten	Temporal y por separado	Continua y por separado
Los socios trabajan de conjunto para crear contenido	Temporal y conjunta	Continua y conjunta
Los socios comparten contenido/datos/recursos a nivel organizacional	Temporal e integrada	Continua e integrada

Matriz de modelos colaborativos. Cortesía del Centro de Medios Cooperativos, Universidad Estatal de Montclair.

Estos dos componentes y los modelos resultantes pueden ayudarte a valorar la complejidad general de un proyecto colaborativo.

Para leer más de este estudio, visita el sitio web collaborativejournalism.org

NOTAS

Espacio para escribir tus consideraciones...

DISEÑAR UNA COLABORACIÓN



Como en cualquier empeño que involucre a varios participantes con sus propias demandas y responsabilidades, toda decisión que tomes antes de comenzar a trabajar conjuntamente reduce la cantidad de decisiones que tendrás que tomar al vuelo. Esta planificación previa ayuda a que todo el mundo esté de acuerdo sobre qué está pasando y con el flujo de trabajo. Una colaboración eficiente y eficaz es aquella en la cual los socios se reúnen para decidir cómo van a trabajar juntos y para conocerse mejor, de manera tal que el trabajo parta de un entendimiento común.

PLANIFICAR DE ANTEMANO PARA LOGRAR CLARIDAD Y UNA RUTA COMÚN

¿DE QUÉ TRATA EL PROYECTO Y CUÁL SERÁ EL ALCANCE DE LA COLABORACIÓN?

¿CUÁL ES EL CRONOGRAMA DE TRABAJO PARA TODO EL PROYECTO?

¿QUÉ VALORES COMPARTEN LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES?
(¿Qué está tratando de conseguir cada una con esta colaboración?)

¿QUÉ EXPECTATIVAS COMUNES DEBEN CUMPLIR TODAS LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES?

(Respecto a la comunicación, el tiempo, el personal, la atención, etc.)

¿QUÉ EXPECTATIVAS ESPECÍFICAS SE TIENEN PARA CADA ORGANIZACIÓN?

(Junto al nombre de cada socio añade unos cuantos puntos que resuman sus aportes)

¿CUÁL ES LA CAPACIDAD DE CADA UNA DE LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES?

(Junto al nombre de cada socio añade unos cuantos puntos sobre su nivel de aporte)

¿CUÁLES SON LOS CRONOGRAMAS PARA LAS CONTRIBUCIONES DE CADA UNO DE LOS PARTICIPANTES?

(Junto al nombre de cada socio añade sus plazos de entrega individuales, si corresponde)

¿SE DESIGNARÁ UN EDITOR(A) JEFE, UN EQUIPO DE EDITORES Y/O UN ADMINISTRADOR(A) DE PROYECTO?

¿ESTAS PERSONAS SERÁN APORTADAS POR LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES O SE CONTRATARÁ A ALGUIEN PARA ESE FIN ESPECÍFICO?

¿QUÉ INDIVIDUOS DE CADA UNA DE LAS ORGANIZACIONES ASOCIADAS PARTICIPARÁN?

¿CUÁL SERÁ LA CADENA DE COMUNICACIÓN ENTRE INDIVIDUOS Y EDITORES?

¿QUÉ PUNTOS DE REFERENCIA Y MÉTRICAS SE USARÁN PARA CONTROLAR EL DESARROLLO DEL PROYECTO?

¿QUIÉN SERÁ RESPONSABLE DE RECOLECTAR ESAS MÉTRICAS Y DISTRIBUIRLAS A LOS SOCIOS?

¿EL PROYECTO INVOLUCRA INVERSIONES FISCALES ESPECÍFICAS, YA SEA DE PARTES EXTERNAS O DE LOS PROPIOS PARTICIPANTES (que no sea el tiempo del personal)?

EN CASO AFIRMATIVO, ¿QUIÉN SERÁ RESPONSABLE DE LA FISCALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CORRESPONDIENTES?

¿CUÁN FORMAL DEBE SER LA ASOCIACIÓN?

(¿Es necesario firmar memorandos de entendimiento o contratos?)

ESTA FASE DE DISEÑO DEBE LOGRAR VARIAS COSAS:

- Establecer el alcance del proyecto y el objetivo de la colaboración.
- Evitar malentendidos o incongruencias sobre las motivaciones.
- Identificar colectivamente las diferentes fortalezas, capacidades y necesidades de cada organización participante y lo que cada una puede aportar.
- Acordar colectivamente plazos razonables que estén en consonancia con las capacidades de los participantes y se adecuen a las necesidades del proyecto.
- Establecer la forma en que se gestionará el liderazgo del proyecto y la forma en que esos líderes apoyarán a los equipos y los proyectos.
- Asegurarse de que el trabajo realizado pueda ser controlado empleando puntos de referencia y métricas que ayuden a los participantes a evaluar el éxito de la colaboración.
- Determinar si va a necesitarse apoyo adicional si se trata de una colaboración formal (o contractual) o si bastará con ponerse de acuerdo sobre el alcance y los detalles.

Cada una de estas preguntas puede explorarse más, dependiendo del nivel de detalles que tu organización necesite establecer para el proyecto, pero incluso escribir respuestas muy cortas bastará para ayudar a definir la dirección del trabajo.

NOTAS

Un espacio para tus notas sobre el diseño...

GESTIONAR UNA COLABORACIÓN



Si ya tienes un proyecto, socios y una idea general de cómo proceder, es hora de pensar en la logística del trabajo colaborativo cotidiano.

CÓMO HACER QUE TODO SIGA AVANZANDO

¿CÓMO VAN A COMUNICARSE LOS ACTORES Y LAS PARTES PERTINENTES Y CUÁL ES LA FRECUENCIA Y NIVEL DE PARTICIPACIÓN ESPERADOS?

La comunicación es el eje central de toda colaboración y asegurarse de que haya un plan, una plataforma y expectativas de cómo va a fluir en el equipo es importante para que todo siga avanzando.

¿CUÁL ES EL FLUJO DE TRABAJO? ¿QUÉ HERRAMIENTAS INTERVIENEN?

Una parte vital de la colaboración es crear un plan que especifique dónde se realizará el trabajo y qué pasos van a integrarlo. El flujo de trabajo dependerá en gran medida del estilo de colaboración.

Creación conjunta: Cuando hay socios creando contenido de manera conjunta, co-produciendo noticias, y todo el mundo necesita estar al tanto del estatus del contenido. Para esto es necesario que todos puedan intercambiar sobre el proceso de edición, las revisiones finales y la publicación.

Creación coordinada: Es un poco más sencilla ya que el proceso de edición probablemente se desarrollará más al interior de cada equipo y las responsabilidades para con los socios consistirán más en comunicar qué está haciendo cada uno y cuáles son sus cronogramas.

¿QUÉ DENOMINACIONES Y RECURSOS COMPARTIDOS DEBEN ESTAR DISPONIBLES PARA TODOS?

Los detalles sobre qué logotipos desea usar cada organización involucrada, el título y subtítulo que identificarán al proyecto y cómo se dará crédito a los medios participantes son decisiones sencillas que deben tomarse antes de la fecha de publicación. También es importante que estas menciones reconozcan con justicia los esfuerzos de todos los socios. Crear una guía de estilo para los logos, títulos e hipervínculos le dará a todo el mundo los elementos con que deben trabajar y garantizará consistencia de identificación ante los públicos.

¿CÓMO VAS A MANEJAR POSIBLES CAMBIOS DE PERSONAL EN LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES?

Es importante determinar qué roles serán imprescindibles para mantener avanzando la colaboración y qué se puede hacer para documentar el desarrollo del trabajo, de manera tal que no se descarrile el proyecto si uno de los miembros del equipo lo abandona.

¿CÓMO VAS A DOCUMENTAR EL PROYECTO PARA QUE TODO EL MUNDO SE MANTENGA AL TANTO DE LOS DETALLES?

Algunos elementos que puedes documentar:

- Herramientas y cómo utilizarlas
- Flujos de trabajo y cualquier proceso específico
- Hipervínculos importantes
- Los roles/responsabilidades de cada uno de los participantes
- Reconocimiento e hipervínculos de autoría
- Terminología para compartir el trabajo en redes sociales y posibles etiquetas (hashtags)
- Cualquier material de marca compartido

¿SI EL PROYECTO SE EXPANDE, QUIÉN SE HARÁ RESPONSABLE DE LAS NUEVAS INCORPORACIONES?

¿CÓMO PUEDES PREVER EN TU PLANIFICACIÓN POSIBLES INTERRUPCIONES PORQUE UNO O MÁS DE LOS MEDIOS PARTICIPANTES TENGAN NOTICIAS MÁS URGENTES QUE CUBRIR?

El periodismo nunca duerme y no es fácil prever si va a pasar algo –desde un huracán hasta una tragedia pública– que vaya a interrumpir los esfuerzos colaborativos de los equipos involucrados. ¿Tu proyecto está presionado por límites de tiempo que requieren un plan de contingencia para mantenerlo avanzando, o es lo suficientemente flexible para que la participación de los socios pueda fluctuar?

¿CÓMO SE MANEJARÁ LA SITUACIÓN SI UNO DE LOS SOCIOS INCUMPLE CON LO ACORDADO?

A veces sucede que, incluso con la mejor de las intenciones, ya sea por error, falta de comunicación o simplemente por mal comportamiento, algunos de los socios violan las reglas acordadas de antemano. Tener parámetros establecidos de común acuerdo para poder identificar y discutir estos tropiezos facilitará el proceso y también servirá para discutir si determinada acción debería conducir a exclusión de una de las partes.

NOTAS

Un espacio para tus notas sobre la gestión del proyecto...

EVALUAR UNA COLABORACIÓN



Evaluar el estado de la colaboración es una oportunidad para pensar en serio qué ha funcionado y qué no, y transformar esa información en lecciones que sirvan para hacer reajustes. Las siguientes preguntas pueden servir como guía para hacer una evaluación general al final del trabajo o diagnósticos intermedios durante el proyecto.

APRENDER Y MEJORAR

¿EL MODELO COLABORATIVO CONTRIBUYÓ A LOGRAR EL IMPACTO QUE TE HABÍAS PROPUESTO?

Es importante reflexionar sobre qué partes del proyecto dependieron absolutamente de la colaboración para que puedas determinar cuándo y cómo este enfoque funciona mejor para tu organización.

¿SE LOGRÓ EL OBJETIVO?

Retorna a la lista inicial de objetivos establecidos para el proyecto y reflexiona sobre qué funcionó, qué no, y qué ocurrió que no habías previsto evaluar pero resultó importante.

¿VOLVERÍAS A TRABAJAR CON ESTOS SOCIOS?

Determina qué socios hicieron que la experiencia de trabajo fuera buena, cuáles necesitan mejorar, o cuáles son simplemente incompatibles con tu organización para proyectos futuros. Considera si hay alguna parte de tus reflexiones que podrías compartir con ellos a manera de crítica constructiva.

¿ESTARÍAN ESTOS SOCIOS DISPUESTOS A TRABAJAR CONTIGO DE NUEVO?

Piensa en las fortalezas de tu equipo y en los elementos a los que deberías poner más atención la próxima vez para que otras organizaciones sigan interesadas en colaborar con la tuya.

¿QUÉ OPINÓ CADA MIEMBRO DEL EQUIPO DE LA EXPERIENCIA? ¿HAY ALGUNAS RECOMENDACIONES QUE PODRÍAS RECOLECTAR?

Encuestar a quienes participaron te ayudará a recoger opiniones sobre qué funcionó y qué no, qué resultó difícil o atinado.

¿CUÁLES FUERON LAS SORPRESAS?

Es imposible anticiparse a todo, así que es importante controlar también cosas que nunca estuvieron en el plan escrito. Este tipo de información es muy útil para documentar el proyecto después de concluido y permite aprender lecciones valiosas para compartir con otros medios de prensa.

¿QUÉ PARTE DE TU DISEÑO O DE TU GESTIÓN PODRÍA MEJORARSE O REAJUSTARSE PARA FUTURAS COLABORACIONES?

¿QUÉ PARTES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN FUNCIONARON Y CUÁLES NO?

Mejorar la comunicación, ya sea su frecuencia, redundancia, participación de los miembros del equipo o la plataforma empleada, es muy importante. Evaluar esta parte del trabajo es esencial para hacer el balance general del proyecto una vez concluido (o para hacer evaluaciones periódicas sobre la marcha).

¿CÓMO PODRÍAS COMPARTIR LO APRENDIDO PARA QUE OTROS PROYECTOS COLABORATIVOS FUTUROS PUEDAN BENEFICIARSE DE TU EXPERIENCIA?

Si tu proyecto resulta todo un éxito o un desastre total y entonces transcurren unos años y se va renovando el personal, sería una verdadera lástima que tu organización repitiera los mismos errores o no se beneficiara de aquello que los ayudó a triunfar en el pasado.

NOTAS

Un espacio para que escribas tu evaluación del proceso...

OTROS ASPECTOS A TENER EN CUENTA

La colaboración no va a resolver todos tus problemas de un día para otro, ni va a facilitar tu trabajo necesariamente, pero lo que sí va a permitir es crear la capacidad y la posibilidad de hacer cosas que serían imposibles de otro modo y va a conectarte con gente que hará que tu trabajo sea mejor.

Es importante no perder de vista que este cambio cultural está en pleno desarrollo y hay que tener en cuenta muchas cosas cuando empiezas a considerar cómo podrías gestionar tu colaboración.

Algunas de las conversaciones más extensas sobre el tema se centran en la naturaleza de las asociaciones colaborativas en el contexto histórico de las dinámicas mediáticas, caracterizadas por los tradicionales contrastes entre medios nacionales y locales, medios con personal no muy diverso y medios donde los equipos son más representativos de los públicos y las comunidades que cubren, medios cuyos recursos y capacidades difieren muchísimo, y ni qué decir de las complejidades de la colaboración entre redacciones de diferentes países, o entre medios de prensa y organizaciones no mediáticas.

Es poco probable que vayas a colaborar con un socio que opere exactamente en las mismas condiciones que tu organización. Esas diferencias demandarán planes intencionados y debates colectivos de algunas de las preguntas que aparecen en este cuaderno.

Las asociaciones colaborativas deben ser verdaderos diálogos y alianzas, no dinámicas extractivas ni cumplimientos de cuotas de representatividad. Todavía estamos enfrascados en muchas de estas conversaciones y aprendiendo los unos de los otros sobre las mejores rutas a seguir. A medida que avances, dedica tiempo a cultivar relaciones profesionales de calidad con la gente que quieres trabajar. Es la comunicación, la generosidad y la confianza entre socios, y no tanto los flujos de trabajo, las tecnologías o los proyectos específicos, lo que hace que un proyecto triunfe o fracase.

LECCIONES

La ruta del éxito en la colaboración no está mucho más definida que la ruta del éxito en periodismo en general. Es un proceso continuo que debe reajustarse y mejorarse constantemente. Pero la colaboración nos da una de las mejores oportunidades de desempeñar nuestro papel satisfactoriamente en un momento en que los medios de prensa están sometidos a presiones increíbles. Nos falta financiamiento y nos sobra trabajo, nos falta personal y nos llueven los ataques, pero queremos cumplir nuestro cometido con calidad porque el mundo nos necesita. Colaborar es la vía.

Crear colaboraciones fructíferas se parece mucho a construir algo con imanes: tiene que haber cierto nivel de atracción, hay que conectar los extremos adecuados para que todo encaje, la unión es fuerte pero no tiene que ser permanente, la disposición de las partes puede cambiar y adoptar otras formas, los componentes no tienen que ser iguales, ni siquiera de tamaños semejantes, para poder conectarse entre sí, y lo que es más importante, con muchas partes se puede construir algo que sencillamente no sería posible con una sola pieza.

Espero que este cuaderno te ayude a estar en mejores condiciones de lidiar con las grandes interrogantes que surgen al considerar, diseñar, gestionar y evaluar un proyecto de periodismo colaborativo. Y por encima de todo, espero que te ayude a aprender los elementos esenciales que intervienen en la colaboración: la confianza y los vínculos necesarios entre equipos y socios, apertura y claridad sobre las metas que comparten, y una dirección clara hacia donde todos puedan avanzar juntos.

NOTAS

NOTAS

NOTAS

NOTAS

SOBRE LA AUTORA

Hola, soy Heather Bryant, directora del Proyecto Facet. Comencé mi carrera periodística en Alaska, donde aprendí de primera mano el increíble poder y valor que tiene la colaboración en los medios. Soy periodista, desarrolladora de software y diseñadora, y vivo fascinada con los procesos que sustentan nuestro trabajo y las formas en que podemos mejorarlos para informar mejor a nuestros públicos y estar a la altura de los ideales del buen periodismo.

@hbcompass | hbcompass.io

Traducción: Bárbara Maseda

AGRADECIMIENTOS

La información en este cuaderno es el producto de años de conversaciones y lecciones aprendidas de algunas de las mentes más brillantes y esforzadas en este empeño por mejorar la colaboración en periodismo. Un proyecto colaborativo sólo será tan bueno como la suma de sus partes, y lo mismo es válido para el aprendizaje sobre el tema. En esta comunidad, he tenido la gran fortuna de interactuar con muchas personas que han sido increíblemente generosas con su tiempo y sus experiencias.

Quiero agradecer en especial al consejo asesor del Proyecto Facet: Tim Olson, Dustin Bleizeffer, Katherine Rowlands, Stefanie Murray, Melody Joy Kramer y Marcia Parker.

Mis agradecimientos también a la Beca de Periodismo John S. Knight, al Instituto de Periodismo Lenfest y al Fondo para Prototipos de la Fundación Knight por el apoyo dado a Facet y a la colaboración en los medios.

RECURSOS

Únete a la comunidad de colegas interesados en el periodismo colaborativo

bit.ly/collaborativeslack

www.collaborativejournalism.org

COMENTARIOS

Como la colaboración misma, este cuaderno es un proceso vivo que puede evaluarse, reajustarse y actualizarse todo el tiempo. Si tienes algún comentario, idea u opinión sobre su contenido o alguna sugerencia sobre cómo mejorarlo, usa el siguiente hipervínculo para decirnos: **www.projectfacet.org/workbookfeedback**

P R O J E C T F A C E T

PROYECTO FACET

La infraestructura del periodismo colaborativo es una integración de facetas (que es el término que da nombre al proyecto en inglés, "Facet").

Nuestro trabajo consiste en apoyar colaboraciones editoriales efectivas y significativas en un ecosistema de código abierto que ayude a los medios de prensa a gestionar el desafío multifacético de planificar y ejecutar proyectos colaborativos en diferentes plataformas con diferentes tipos de socios.

Facet ayuda a medios de prensa a gestionar la logística necesaria para la creación, edición y distribución de contenidos, mediante gestión de proyectos, facilitación de relaciones colaborativas y apoyo al ecosistema de colaboradores.

EL FUTURO DEL
PERIODISMO ES
COLABORATIVO

PROJECT
— — — — —
FACET

PROJECTFACET.ORG