

Género periodístico: entrevista

EL **MOJO** ya es **PERIODISMO** Entrevista a Matías Amigo

Luis Daniel Luengo
ldlv20@gmail.com

Recibido: 11 de septiembre de 2020 | **Aceptado:** 25 de septiembre de 2020

DOI: <https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.2006>

Referencia de este artículo:

Luengo, L. (2020). El MOJO ya es periodismo.

#PerDebate, volumen 4 (pp. 286-295). Quito: USFQ Press.



Luis Daniel Luengo es periodista, chef y productor audiovisual. Tiene una maestría en Periodismo y Comunicación Digital por la Universitat Oberta de Catalunya (España) y un diplomado en Contenidos Multimedia, Gestión Efectiva de Redes Sociales y Marketing 2.0 por la Universidad de los Andes (Venezuela).

Resumen

Esta entrevista muestra los beneficios de la tecnología móvil como un instrumento para facilitar el trabajo periodístico. Matías Amigo es un realizador audiovisual argentino, autor de la guía *Iniciación al periodismo móvil*, y el primer latino en dictar una conferencia en el MojoFest de Irlanda, el evento más importante del mundo sobre Mobile Journalism (MOJO). Asimismo, el diálogo explora las ventajas del periodismo móvil y las razones por las que los medios y periodistas se pueden sentir reacios o temerosos ante la idea de emplear estas herramientas para reportear noticias.

Palabras clave

periodismo móvil, teléfono móvil, producción audiovisual, dispositivos móviles, internet

MOJO is also journalism Interview with Matías Amigo

Abstract

This interview shows the benefits of mobile technology as an instrument to promote journalistic work. Matías Amigo is an Argentinian audiovisual producer, author of the guide *Iniciación al periodismo móvil*, and the first Latin American journalist to give a lecture at the MojoFest in Ireland, the world's most important event on Mobile Journalism (MOJO). The dialogue also explores the benefits of mobile journalism and the reasons why media and journalists may feel reluctant or fearful at the idea of using these tools to report news.

Keywords

Mobile journalism, mobile phone, audiovisual production, mobile devices, internet

“Mi aparición en el MojoFest fue para decir que los latinoamericanos estamos aquí y somos un mundo completamente distinto, porque la mayoría acá somos Android”.

El productor de medios audiovisuales y *mobile journalism trainer* argentino se ha convertido en una de las voces más potentes del periodismo móvil. Matías Amigo invita a todos los profesionales a no subestimar el uso del teléfono móvil en sus rutinas.

“Es simple, las herramientas son para facilitar el trabajo, no son para trabajar más”. Esta es la primera respuesta de Matías Amigo en el momento de consultarle sobre la importancia del móvil en los medios de comunicación y es una declaración que esconde una gran verdad, el periodismo móvil llegó para tocar las fibras de una profesión en constante evolución.

En el informe publicado por el portal Ditrendia titulado *Móvil en España y en el Mundo 2019*, realizado cada año en conjunto con la Asociación de Marketing de España, se pueden leer algunos datos interesantes sobre la transformación del mercado de comunicación y el comportamiento de consumo causado por una alta penetración de dispositivos inteligentes y, al mismo tiempo, cómo miles de aplicaciones, avances en *hardware* y evolución de los móviles han facilitado la producción tipo de información. A continuación, se exponen algunos datos destacados sobre el uso de las tecnologías móviles:

- En el año 2019, el número de usuarios únicos de móviles en el mundo asciende a 5,1 mil millones.
- El número de usuarios únicos de Internet desde el móvil en el mundo asciende a 4,388 mil millones.
- Durante el año 2018, los usuarios en el mundo dedicaron una media de 800 horas a Internet desde su Smartphone.
- Ya no se trata solo de que el 42% de la población mundial utilice las redes sociales móviles, sino que en el último año, el número de usuarios de redes sociales desde el móvil ha aumentado un 10%, llegando a los 3.256 millones de usuarios en el mundo (Ditrendia, 2019).

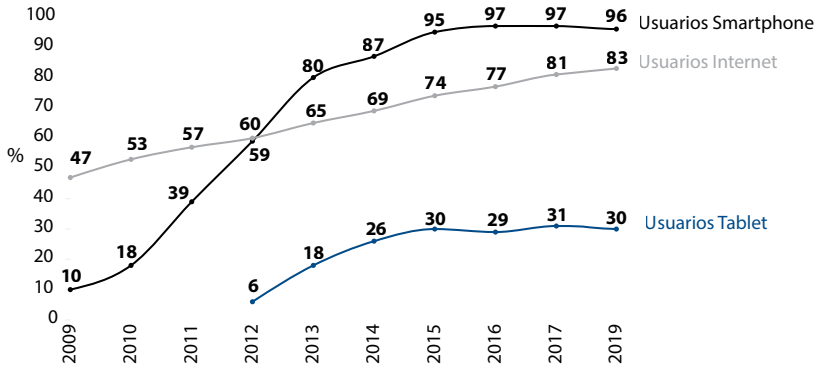
El móvil adquiere cada vez más protagonismo y permite que muchos prosumidores, salas de redacción y profesionales de la comunicación se dejen atrapar por sus encantos y facilidades. Uno de ellos es el realizador audiovisual argentino, Matías Amigo, quien también es exjugador de baloncesto, autor de la guía *Iniciación al periodismo móvil* y, además, el primer latino en dictar una conferencia en

El mundo es móvil

Por primera vez, la **penetración móvil en España** baja un punto porcentual, y se establece en un 96 %.

Un mínimo poco significativo teniendo en cuenta que el mundo móvil es una realidad para casi la totalidad de la población española.

El porcentaje de **penetración de las Tablet en España** también baja un punto porcentual situándose en el 30 %. Evolución de la penetración de los usuarios de mobile



Fuente: Ditrendia. (2019). *Informe ditrendia: Mobile en España y en el mundo 2019*. España: Ditrendia.

el MojoFest, de Irlanda, el evento más importante del mundo sobre *Mobile Journalism* (MOJO). “A partir de los hechos, vas tachando miedos”, respondió Matías, al preguntarle cómo invitar a estudiantes y profesionales a no minimizar el uso de dispositivos inteligentes (teléfonos o tabletas) como instrumentos de trabajo.

Amigo no dudó en contar sus experiencias e historias especialmente de cómo llegó MOJO a su vida: “estuve una pequeña temporada en Tanzania (África) y lo único que tenía era un teléfono sencillo —no muy bueno, para ese tiempo—, pero logré hacer un video corto que está disponible en mi portal. Cuando volví a Argentina y a mi rutina, pensé lo ventajoso que es grabar con el teléfono, porque siempre en mi cabeza estaba tener una cámara de mano en el auto en caso de que observará un hecho, pero me dije: está el teléfono, ya está”.

Un día, buscando en Internet, vio un anuncio de MOJO Com (así se llamaba en un inicio) y enseguida emprendió el viaje a Irlanda. Así es él, cuando tiene una idea, es capaz de tomar el primer avión. En esta entrevista, cuenta cómo fue creciendo su confianza para trabajar con el teléfono celular y qué deben hacer los medios y los periodistas para perderle el miedo.

Prosumidores

Es la fusión de las palabras *productores* y *consumidores*, en este caso de información. En la actualidad los usuarios tienen la oportunidad de crear contenido, subirlo a sus canales preferidos, compartir y comentar o interactuar con cualquier tipo de información.

LL: ¿Cómo fue su experiencia en el MOJO Fest en el 2018?

MA: La primera vez volé la cabeza, todo fue excelente: escuchar y ver a referentes del periodismo y, luego, tener la posibilidad de conversar con ellos fue una gran experiencia. Regresé con más ideas y creé un proyecto que se llama Wips (medio informativo con una línea editorial más relajada-jovial, en Instagram) y, en paralelo, comencé a armar la primera guía de *Iniciación al periodismo móvil*, que resultó bastante limitada, en comparación con la tercera, pero fue bien recibida en su momento, tuvo alrededor de seis mil descargas.

Me di cuenta de que este mundo es muy dinámico, pasan unos meses y ya existen aplicaciones nuevas que debo agregar. Por eso, hice la segunda edición rápidamente. Hablé con Glen Mulcahy (padre del periodismo móvil), el *videojournalist* Michael Rosenblum y con Urbano García Alonso (director de la Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales —Cexma— y profesor de MOJO). Todos ellos son referentes mundiales y se sumaron a la idea. Un año después de sacar la guía, Urbano dictó una charla en Colombia y me citó. Comentó que existe una guía de periodismo móvil “que se está quedando un poco atrás”, y eso me pinchó, me activó inmediatamente para editar la nueva versión. Tardé seis meses en hacerla y es más interactiva; tiene videos y enlaces directos, para que se pueda consumir desde una computadora, un teléfono o desde el papel. Ya en el segundo año del MojoFest fui como orador, la guía hizo buen eco y, por varios trabajos que había hecho para un canal de televisión, además, estuve en contacto con varias universidades y colegas en Latinoamérica, quienes me fueron contando cómo vivían el periodismo móvil. Todo esto lo llevé a mi conferencia.

Mi aparición en el MojoFest fue para decir que los latinoamericanos estamos aquí, y es un mundo distinto al de ellos, porque la mayoría acá somos Android.

LL: ¿Cuál fue la reacción al proponer el uso del teléfono en el canal de televisión donde trabajó?

MA: No se animaban a dar ese paso, pasar a ser móviles; yo lo veía como una oportunidad, pero algunos no tanto. Cuando vas con la palabra MOJO, al principio te dicen: “eso no tiene calidad”. Sin embargo, hicimos —junto a un compañero— una propuesta para grabar la historia de un niño de una escuela rural, el único alumno que egresaba y, además, ese mismo día su profesora se jubilaba y la escuela cerraba. Tremendo. Fuimos grabando toda la historia, mi compañero con una cámara y yo con mi móvil para hacer dos versiones, una para la web del canal y otra para su transmisión, pero en posproducción mi compañero utilizó videos grabados desde mi teléfono. Cuando los editores y encargados vieron una toma de un camino empedrado que hice desde una camioneta, se acercaron a preguntarme cómo logré tan increíble toma. Les expliqué que usé el móvil con un estabilizador de imagen y fue ahí cuando se dieron cuenta de que había calidad, de que igualmente se podía hacer mejores imágenes y planos en comparación a una cámara grande que requiere otro tipo de equipo más pesado para lograr estabilización.



El **MOJO Fest** es el encuentro más importante de periodismo móvil en el mundo. Crédito: Sir Cam Photos.

Más adelante nos tocó hacer una transmisión en vivo de las elecciones presidenciales y fuimos el único canal que aprovechó las ventajas y portabilidad del móvil. Me fui solo, un día antes, a probar la conexión y estabilidad de Internet donde sería el lugar de la rueda de prensa, para garantizar una buena transmisión. Desde ese momento, todo fue diferente. Sin embargo, el sindicato de trabajadores audiovisuales conversó con nosotros sobre el temor de que se podían perder puestos de trabajo y todos esos fantasmas. Echar la culpa es más fácil siempre.

LL: ¿Estudiantes y profesionales subestiman la herramienta?

MA: Es un tema fuerte. Yo tuve dos experiencias: los medios están viciados por lo tradicional y, si mencionas algo sobre el uso de teléfonos inteligentes, te sacan por una ventana, porque tocas los miedos y tocas las zonas de confort, se topan puntos muy sensibles.

Luego, tienes a los nuevos profesionales. Me pasa ahora, con los chicos y chicas que trabajan conmigo, suelen subestimar la herramienta porque están acostumbrados a usarlos para recreación. A veces, se complican cuando ven que pueden usarlo como una herramienta de trabajo y no solo para historias de IG o banalidades.

LL: ¿Qué necesitarían entender?

MA: Tienen una facilidad asombrosa para desarrollar habilidades. Yo puedo pasar un día entendiendo una aplicación y ellos lo hacen en minutos, de manera innata. Pero no se toman el tiempo de buscar aplicaciones que les sirvan en un sentido más profesional. Muy pocos te van a decir uso Kinemaster, Luma o Rush; la mayoría te va a responder: InShot, Wevideo, PowerDirector, que no son malas aplicaciones, pero notas diferencias en estilos de posproducción.

Creo que la gran diferencia en Latinoamérica es que todo es muy disperso, cada uno hace lo suyo, es un nicho piola (buenísimo), donde hay mucho por hacer y bastante trabajo. A lo mejor es recelo, no lo sé, pero cada profesional está muy ocupado en lo suyo, los periodistas no se unen, como lo hacen en la Europa anglosajona. No se le pone el foco al periodismo móvil como un movimiento, siento que peligra si continúa esta idea de cada quien en lo suyo, porque trae focos y no un movimiento que trabaja en conjunto.

LL: ¿Por qué es necesario que un periodista sea un contador de historias, storyteller?

MA: La noticia no deja de ser una historia, las historias están en todos lados. Vas con el teléfono siempre y de repente te cruzas con una, no tienes que esperar hasta entrar a las 8 de la mañana para contarla, la puedes conseguir fuera de tu horario de trabajo. Por eso, el periodismo móvil es una filosofía, porque el periodista o creador de contenido es un profesional de 24 horas.

En esta pregunta, Matías extendió su respuesta explicando —según su experiencia— cómo algunos jóvenes llegan al mercado laboral con un solo estilo de contar historias. “Que no está mal” expresó en tono constructivo, “deben tener una base”, pero “a veces desconocen o no aprovechan las herramientas disponibles para todo tipo de dispositivo móvil que ayudarían a darle más dinamismo a cualquier relato”. Aunque no se pueda mostrar datos específicos sobre esas afirmaciones, los videos del periodista irlandés Philip Bromwell (referente MOJO) son un buen ejemplo de adaptación y evolución del periodismo móvil, cada producción refleja el uso del dispositivo móvil como un gran aliado para contar cualquier historia o noticia.

LL: Estamos en un momento diferente, antes pensábamos en un solo formato, ahora son varios. ¿Cómo pensar rápidamente en un formato adecuado?

MA: Depende de la estrategia del medio, lo vamos armando y pensando como un contenido transmedia. No siempre lo podemos hacer, pero sí tratamos de hacer contenidos complementarios. Dependerá del tipo de noticia, pero una recomendación técnica sería siempre grabar en 4K para adaptar el contenido a diferentes encuadres.

El móvil en el periodismo

La aparición de nueva tecnología siempre trae de la mano una disrupción y, en este caso, el teléfono móvil ha reformado a varias profesiones dentro del mundo de la comunicación. Ha creado nuevos formatos, hasta el punto de que las salas de redacción incorporan nuevos puestos necesarios para cubrir todos los canales de difusión de la información. Por ejemplo, se puede apreciar en medios españoles y en la Europa anglosajona la búsqueda de REMOS (reporteros móviles) profesionales quienes deben tener un conocimiento profundo sobre tecnología móvil y cuya función fundamental es acompañar al periodista para hacer una cobertura o *streaming*.

LL: ¿Puede la incorporación del móvil cambiar el rol del periodista ante un mercado de comunicación lleno de prosumidores o personas con habilidades de producción de contenido?

MA: Empecemos por el periodismo ciudadano o comunicador ciudadano, para mí es un canal fantástico, porque si a vos te llega un material de primera mano, porque hubo alguien que estuvo en el momento y lugar indicado, que además pueda contar el hecho, cuándo y dónde sucedió con imagen o video, luego a vos te quede el trabajo de averiguar quiénes eran o qué pasó es tremendo solo quedaría implementar el trabajo periodístico (procesar el contenido). Ese es el punto de inflexión porque no debe existir el sentimiento de miedo de que van a desaparecer puestos de trabajo.

Transmedia

La narrativa transmedia es un tipo de relato donde la historia se adapta y expande a múltiples plataformas de comunicación (cine, televisión, noticia, documental o papel). Un ejemplo de narrativa transmedia periodística es el libro *A Sangre Fría* escrito por Truman Capote, cuya historia fue una noticia de gran impacto en los medios estadounidenses. Hubo muchos tipos de seguimientos y, además, se produjo una película basada en el libro, la cual obtuvo buenas críticas en el mundo cinematográfico.

Extendió su respuesta explicando la realidad de que es imposible detener a quienes con todo su derecho suben contenido a sus propias redes y se hacen virales. En esos momentos, el rol del periodista es comprobar la certeza y realidad de esa historia, para luego tomar la decisión de hacer eco de ese contenido.

Estos avances ponen en duda varias funciones o roles que, en un futuro, no serán tan imprescindibles y esa es una preocupación válida a la que no se le debe restar importancia. A medida que se trabaja con el teléfono móvil, se conocen gradualmente las ventajas y limitaciones del dispositivo, igualmente se observan los vacíos o necesidades concretas del campo laboral. Con el incremento de la tecnología móvil, se ha logrado la creación de un número considerable de nuevos puestos de trabajo en distintos países del mundo, solo hay que tomarse el tiempo de observar el trabajo de grandes y nuevos medios, los cuales han incorporado el uso del móvil en sus rutinas periodísticas.

Referencia

Ditrendia. (2019). *Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2019*. Recuperado de <https://mktefa.ditrendia.es/informe-mobile-2019>