

EMREVISTA



Tendencias en periodismo para 2019: todo lo que necesitas saber.



Nesta edição vamos compartilhar o Estudo Tendências em Jornalismo, publicado no informe da Wan-Ifra- World Association of newspaper and News Publishers.

O artigo está em espanhol , o que facilita sua leitura.

Boa leitura !

La tecnología protagoniza el futuro de una profesión en plena transición. Un extenso informe del Future Today Institute explica cuáles son las tendencias en periodismo para 2019. Toma nota.

Los medios de comunicación ya son conscientes de la importancia de la tecnología para la profesión. El problema es que la tecnología avanza tan rápido, que reaccionar se convierte en una odisea al alcance de pocos. Para evitar llegar tarde a una fiesta que nadie se quiere perder, el Future Today Institute ha publicado el informe '2019 Trend Report For Journalism, Media and Technology', donde se desgranán las tecnologías que impactarán en el periodismo en 2019. A saber:

1) Inteligencia Artificial

Llevamos mucho tiempo hablando de la mayor disrupción tecnológica hasta la fecha. La IA está llamada a cambiarlo absolutamente todo. El informe destaca a las nueve empresas que lideran la Inteligencia Artificial, las estadounidenses Google, Amazon, Microsoft, Apple, IBM y Facebook, y las chinas Baidu, Alibaba y Tencent. El informe, que explica las diferencias dentro del campo de la IA, también da pinceladas de cómo utilizar Inteligencia Artificial en medios de comunicación. Una de las estrategias clave es la Generación de Lenguaje Natural, que permite generar contenidos basados en la información contenida en bases de datos. En un escenario optimista, el uso de estas técnicas permitiría incrementar las audiencias de los medios de aquí a 2023.

2) Periodismo computacional

El informe habla del creciente uso del CAR (Computer Assisted Reporting), una nueva forma de trabajar en la que "los reporteros encuentran, limpian y minan registros públicos y documentos, extraen datos y descubren historias ocultas", en un proceso "ayudado por algoritmos de machine learning e Inteligencia Artificial". Es decir: la forma en que, gracias a los algoritmos, los periodistas son capaces de desentrañar los misterios ocultos en toneladas de datos. Precisamente lo que ha hecho el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ) con los llamados 'Papeles de Panamá'.

Relacionado con esta fusión del periodista y la máquina, el informe destaca también el reconocimiento facial y de voces como sendas técnicas que podrían aportar mucho valor al trabajo de los profesionales de los medios de comunicación, aunque también entrañan riesgos.

3) Blockchain

Que las cadenas de bloques tienen mucho que aportar al periodismo es un hecho de sobra conocido, dada su aparente invulnerabilidad y el potencial que ofrece para certificar la autoría de las piezas informativas, lo que ayudará a la propia remuneración de los periodistas freelance. El informe explica de forma exhaustiva en qué consiste el Blockchain y cómo funciona. Además, incluye un listado de empresas del sector relacionadas con las cadenas de bloques.

4) Nuevas interfaces

El informe presta especial atención a las nuevas interfaces para relacionarse con las máquinas, como las interfaces de voz, los chats o los nuevos formatos de audio y vídeo, en los que los medios tienen mucho potencial para llegar a nuevos consumidores si saben aplicarlos correctamente y jugar a su favor las posibilidades que ofrecen.

5) Educación

El rápido avance de la tecnología, que ha cambiado por completo la profesión periodística, obliga a los profesionales a formarse constantemente. La carrera universitaria se queda poco menos que obsoleta en cuando se recibe el título, mientras los medios demandan profesionales capaces de virar sobre la marcha en sus estrategias. Destacan los 'nanodegrees', pequeños cursos de formación avanzada que profundizan en temáticas concretas.

6) Distribución

El nuevo periodismo, pese a la globalidad de Internet, tiende a lo local: las noticias de proximidad permiten conocer mejor a los usuarios y segmentar la publicidad, así como los planes de suscripción. En este sentido, la personalización de los contenidos según los intereses del usuario serán una de las claves para el periodismo en 2019, a tener en cuenta por los medios que quieran aumentar el impacto de sus contenido.

La distribución requerirá a partir de ahora, además, máxima transparencia: los usuarios están cada vez más concienciados sobre la importancia de proteger su privacidad, en parte debido a los recientes escándalos con las noticias falsas y el uso de las redes sociales para manipular e intoxicar a la opinión pública. Los medios deben ser cautelosos al utilizar los datos personales y de navegación que les brindan sus usuarios, máxime una vez entrado en vigor el GDPR.

Al margen de estos aspectos, la distribución de las noticias tiene retos por delante. El más frecuente en las redacciones es el del fin del papel, que todavía no está claro. Pero hay vida más allá: existe una nueva corriente de entender la distribución, que tiene en cuenta ejemplos como los medios efímeros (creados para una ocasión específica) y las nuevas formas de llegar a los consumidores (mediante podcast, newsletters e incluso redes de nicho). Ambas realidades se fusionan con frecuencia, como demuestran los gigantes estadounidenses que exploran ya estos caminos.

Además, los medios contarán a partir de ahora con una nueva vía de negocio: el periodismo como servicio (Journalism as a Service -JaaS-). Supone utilizar las capacidades informativas de los medios y los periodistas para entregar información personalizada a profesionales, empresas e instituciones que puedan necesitarla para su día a día. Es perfectamente compatible con el negocio puramente informativo de los medios, ya que en ningún caso se mezclan ambas actividades.

7) Realidad Mixta y vídeo

El vídeo ya está más que presente en la mayoría de los medios de comunicación, especialmente cuando se trata de alimentar sus redes sociales. El siguiente paso es la Realidad Mixta, donde varios medios ya están haciendo experimentos (con resultados sorprendentes). Lejos de ser una moda, ha llegado para quedarse.

8) Wearables

Cada vez más usuarios disponen de dispositivos inteligentes conectados a Internet, ya sean relojes, asistentes para el hogar o incluso sus vehículos. Los medios de comunicación deberían estar presentes en cuantos lugares haya un potencial consumidor de sus noticias. Es importante tener en cuenta el mercado y entrar cuanto antes en estos dispositivos, antes de que sean las compañías tecnológicas que los fabrican y distribuyen las que ocupen ese espacio.

9) Seguridad y privacidad

El informe también dedica un importante espacio a cuestiones legales (como las relacionadas con las filtraciones, cada vez más frecuentes gracias a la tecnología) y a temas relacionados con la ciberseguridad. Incluye un importante glosario que permite conocer términos que cada vez escucharemos más a menudo, como 'ransomware' o 'botnet'. Es importante repasarlos para saber a qué amenazas se enfrentan los medios de comunicación en la era digital.

FAP com vigência em 2019 já está disponível para consulta



O índice do Fator Acidentário de Prevenção – FAP atribuído às empresas, aplicado ao ano de 2019, foi divulgado pelo Ministério da Fazenda, conforme Portaria nº 409/2018.

A verificação do índice poderá ser feita nos sites da Previdência (<http://www.previdencia.gov.br>) e da Receita Federal do Brasil - RFB (<http://idg.receita.fazenda.gov.br>).

O cálculo do FAP leva em consideração a frequência, gravidade e custo de benefícios acidentários por estabelecimento (CNPJ).

Havendo discordância dos números apresentados pelo Ministério da Fazenda e das ocorrências consideradas para fins do cálculo, os contribuintes poderão apresentar contestação, no período de 01 de novembro a 30 de novembro de 2018, mediante preenchimento de formulário eletrônico disponibilizado também nos sites da Previdência e Receita Federal do Brasil.

