



TECNOLOGÍA

17/08/2016 INNOVACIÓN

Quando el periodismo de datos no lo hacen los medios

Títulos como "¿Cuántas pokeparadas están cerca de una propiedad?" o "Buenos Aires Papers: ¿Qué barrios tienen más firmas offshore vía Panamá?" encierran una particularidad: no fueron realizadas por medios de comunicación sino por una plataforma web dedicada a la venta de propiedades.

Detrás de estas historias, que combinan texto con mapas interactivos y distintas visualizaciones de datos está Properati, una startup nacida en Buenos Aires hace cuatro años que ofrece en la web y mediante una app propiedades a las personas que buscan un nuevo hogar, además de una batería de servicios a agentes y a inmobiliarias.

Pero más allá de esos productos específicos, tiene la particularidad de contar con un equipo periodístico que reutiliza los datos generados por su negocio principal para contar historias.

Por eso, con la fiebre del Pokémon Go desarrolló recientemente un mapa enfocado en los fanáticos del juego en el que los jugadores que están pensando en comprar un inmueble pueden conocer si hay pokeparadas cerca de su nuevo destino; y en mayo, en pleno auge del escándalo sobre la investigación periodística conocida como Panamá Papers, plasmó en una nota la concentración geográfica de domicilios asociados a firmas offshore.

En febrero, con motivo del Día de los Enamorados, informó por ejemplo sobre el dinero que ahorrarían dos personas que viven separadas si deciden mudarse juntas, mientras que en noviembre de 2015, con motivo de las elecciones, publicó un artículo en el que puso de manifiesto la relación entre el precio del metro cuadrado de las propiedades y la performance de cada partido político en las distintas zonas de la Ciudad y el gran Buenos Aires.

"Lo que hacemos nosotros tiene un fin que es distinto al de los medios, que es hacer conocido Properati. En general, los sitios líderes en el rubro suelen ser propiedad de diarios, como Argenprop de Clarín o ZAP de O Globo, en Brasil. A nosotros nos cuesta bastante que aparezca Properati en esos diarios por eso hacemos algo distinto", explicó en diálogo con Télam Martín Sarsale, CTO de Properati.

"Con estos trabajos tenemos el objetivo de aparecer en los medios. Inclusive muchos contenidos directamente los trabajamos con medios. Es nuestra estrategia para no gastar plata en publicidad ni en publiotas", precisó.

Más allá de su objetivo particular, "a todas las empresas con cierta escala les sirve generar contenidos, tanto para SEO (posicionamiento en los buscadores de Internet) como para construir una comunidad", afirmó Sarsale.

"Lo que es interesante al analizar los datos de las empresas es que se encuentran historias nuevas de temas que solo se sospechaban, pero que con visualizaciones se ven claras. Un ejemplo interesante es lo que hace OKCupid, que tienen unos entrecruzamientos espectaculares del tipo 'cual es la posibilidad de que un católico tenga una primera cita con un judío'", señaló el desarrollador.

Así enmarcó las piezas de periodismo de datos de su empresa de venta de propiedades en una práctica de la que hacen uso compañías de diversos rubros, incluso por ejemplo plataformas de pornografía como Pornhub, que utilizando sus bases de datos publicó este mes la historia de los superhéroes más buscados en las parodias pornográficas o una nota sobre los principales emojis que se utilizan al buscar porno.

"Las empresas, como un subproducto de su tarea diaria, están generando datos, y (para crear artículos periodísticos) es solo cuestión de que los aprovechen. Una remisería podría hacer buenas notas, por ejemplo, rastreando historias sobre cuántos autos se usan, para donde van, cuánto sale el servicio, etcétera", explicó Sarsale, y consideró que "a toda empresa que de alguna manera genere datos, el periodismo de datos les suma. Porque así los datos no quedan en el excel".

Para realizar estos trabajos, Properati tiene un pequeño equipo compuesto por un periodista que trabaja desde Buenos Aires y que coordina un equipo freelance de dos periodistas en Brasil y uno en Chile, mientras está a la búsqueda de uno en México, los países en los que opera (próximamente se sumará Colombia). El equipo incluye además a algunos programadores que como parte de su trabajo colaboran con las notas.



26 de mayo durante la **Media Party 2016**, el encuentro internacional de innovación en medios de comunicación que tendrá lugar entre el 25 y el 27 de agosto en la **Ciudad Cultural Konex**.

Y para aquellos interesados en sacarle el jugo y elaborar historias de periodismo de datos sobre información empresarial, Sarsale dará una workshop (un taller práctico) gratuito destinado a periodistas, desarrolladores y diseñadores gráficos, en el que se trabajará durante dos horas con datos puestos a disposición por la propia Properati, además de PedidosYa, Restorando y Taringa!.

"Armamos este workshop para incitar a que se armen equipos de datos para empresas. La dinámica va a consistir en presentar casos de distintas empresas que hayan trabajado con periodismo de datos y les haya servido. Y vamos a trabajar con empresas que abren datos para este workshop, descubriendo historias", explicó Sarsale.

"Es una especie de inventarte tu propio trabajo, con la idea de llevar proyectos a empresas", afirmó, y sostuvo que "la idea es que todos se involucren en la historia desde cero, que pueda por ejemplo dispararla el programador y no solo el periodista".

ETIQUETAS PERIODISMO DE DATOS // APLICACIONES // PLATAFORMA WEB MULTISERVICIO

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR



EVENTO

La UBA convoca a participar de un laboratorio de realidad virtual y aumentada

CÓRDOBA

La industria argentina de drones es líder de la región, afirman expertos