



Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Coordinación de Estudios de Posgrado
Especialización en Periodismo Digital

Rostros de las expropiaciones
Serie de Audio Slideshow sobre las intervenciones de tierras
en el estado Guárico

Autor: Angie Contreras C.

Tutor: Joseph Poliszuk

Caracas, febrero 2011

*A Poli por confiar en mi
y embarcarse en este proyecto
conmigo.*

Agradecimientos

Estas líneas se quedan cortas para dar las gracias a quienes colaboraron con esta investigación, e hicieron posible la realización de este trabajo. A Milfri Pérez, Iván González, Miguel Tortello y Chico Sánchez les agradezco por abrir espacio en sus apretadas agendas para conversar e intercambiar conocimientos sobre esta materia, y aportar luces sobre un tema que hasta ahora ha sido poco explorado académicamente. Sin ellos, no habría sido posible alcanzar uno de los principales objetivos de esta investigación.

Al fotógrafo Gustavo Bandres que acogió con entusiasmo la idea de realizar gráficas para la producción de los Audio Slideshow, y al departamento de fotografía del Diario El Universal, que fueron una suerte de *Focus Group* para evaluar el proyecto multimedia.

A los entrevistados Rolando y Jeannette Sosa, Julio Campos e Yvonne Peña por compartir sus testimonios para la realización de los Audio Slideshow.

A Gleybert Asencio y a Allan Bernal por atender todas mis dudas técnicas y ayudarme a pulir el proyecto multimedia. Aprendí mucho de ellos y sus conocimientos.

Quiero agradecer infinitamente a mi tutor, Joseph Polizsuk, no sólo por asumir el reto de dirigir esta investigación, sino también por la constancia, la paciencia y los invaluable aportes que hizo tanto para la presentación impresa como para el proyecto final. Su visión fue pilar fundamental en el éxito de este trabajo.

A la Universidad Monteávila, a las profesoras María Eugenia Arias, Marianne Robles y Alda Da Silva, quienes estuvieron siempre dispuestas a guiarme en la consolidación de este trabajo.

Al Diario El Universal por respaldar económicamente mi deseo de cursar la Especialización de Periodismo Digital.

Por último, y no menos importante, a Dios quien me ha bendecido infinitamente en la vida, con oportunidades maravillosas y ayudándome siempre a superar las adversidades.

A todos, Gracias.

Tabla de contenidos

Introducción

1. Marco Teórico	1
1.1 La fotografía periodística	1
1.2 El reportaje fotográfico	3
1.3 Audio Slideshow	7
1.3.1 Clasificación y usos	10
1.4 Producción	13
1.4.2 La fotografía	15
1.4.3 La edición	16
1.4.5 El texto	18
1.5 Antecedentes	20
2. Marco Metodológico	21
2.1 Tipo de investigación	21
2.2 Desarrollo del proyecto	22
2.2.1 Investigación periodística	25
2.2.2 Trabajo de Campo	28
2.2.3 Estructura del producto	29
a) Diseño de la arquitectura de la información	30
b) Diseño de la interactividad	32
c) Diseño de la identidad gráfica	33
2.2.4 Revisión del Producto final	35

3. Descripción del Proyecto	36
3.1 Contenido	36
3.2 Estructura	39
3.3 Navegación	40
3.4 Etapas de producción	40
3.5 Identificación	44
3.6 Resolución	45
3.7 Imágenes	45

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

Bibliografía

Introducción

La evolución del periodismo hacia la producción de contenido multimedia abre un abanico de oportunidades para contar historias a través de distintos formatos que van más allá del papel. La era digital por la que atraviesa el periodismo de hoy obliga a los medios de comunicación, y a los profesionales que laboran en ellos, a pensar en otros canales y hasta utilizar nuevas herramientas para transmitir la información.

El desarrollo a gran escala de los medios de comunicación social mediante los avances tecnológicos, permite la instantaneidad en la transmisión de la información, que se enriquece tanto por su volumen como por su contenido, debido a que incluye voz, texto e imágenes, que recorren el planeta en cuestión de minutos.

¿Una imagen dice más que mil palabras? Sí, pero si se acompaña de otros elementos como el sonido o la música, el valor de esa gráfica aumenta. Con la influencia de las nuevas tecnologías, los géneros periodísticos han evolucionado y la manera en que los usuarios consumen las informaciones también ha cambiado. De allí la necesidad de contar historias en otros formatos.

El reportaje fotográfico ha sido por décadas el género por excelencia para presentar hechos con imágenes, pero desde 2005 surgió una nueva modalidad de contar historias donde la fotografía sigue siendo el elemento central de la información: el *slideshow* y el *audio slideshow*: el primero, que se basa en la reproducción de imágenes con un hilo narrativo; y el segundo que tiene la misma estructura pero incorpora sonido, música o fragmentos de videos.

El Manual de Estilo Multimedia de El Universal (2011) define el *slideshow* como “un formato que agrupa fotografías y sonido sobre un mismo tema y con un hilo narrativo. Su objetivo es contar historias visualmente con un

audio que complemente las imágenes, editado con un ritmo apropiado según la historia”.

El *audio slideshow* se presenta como una opción para contar historias en otro nivel, y éste es quizás uno de los géneros multimedia más explotados en los últimos tiempos. Nace de la iniciativa de un fotógrafo norteamericano que buscaba la manera de optimizar sus recursos y hacer uso de una importante cantidad de material fotográfico que reposaba en los archivos.

Sin embargo, aunque en Venezuela la producción de contenidos multimedia está en pleno desarrollo, todavía es incipiente lo cual abre la posibilidad de que los medios puedan explorar y experimentar sobre esta materia.

La elaboración de piezas en *audio slideshow* en los medios digitales no es muy extensa. De hecho, sólo en un medio de comunicación en el país están siendo explotadas las bondades de este género.

Es por ello que surge la iniciativa de realizar una serie de tres Audio Slideshows sobre las consecuencias de la política de intervención de tierras en el estado Guárico. La intención es contar a través de esas tres piezas el impacto que han tenido las expropiaciones de tierras, no sólo en el sector productivo sino también en la vida de quienes perdieron todo a través de la política de rescate de tierras.

Sobre la producción del Audio Slideshow o Soundslide como también se le conoce, la teoría es bastante escasa, y lo poco o mucho que está disponible proviene de la experiencia realizada en otros países y están en otros idiomas. Esta investigación también busca definir y aportar mayores luces sobre este género, pero basándose en la práctica de profesionales y académicos venezolanos que están involucrados en esta materia.

Para la realización de esta investigación que arroja como resultado final un proyecto multimedio denominado ***Rostros de las expropiaciones***, se definió

como línea de trabajo Producción, diseño y ejecución de tres *audio slideshows*.

El tipo de investigación del Presente Trabajo Especial de Grado es experimental. Para la realización del mismo se aplicaron técnicas o instrumentos de recolección de datos tales como entrevistas a expertos y profesionales involucrados en el área; se aplicaron técnicas de diseño web, diseño de la arquitectura de la información; y diseño del manual gráfico. Fue seleccionado el programa Windows Movie Maker como la herramienta para ensamblar el producto. Finalmente se realizaron las pruebas y correcciones hasta lograr las piezas definitivas de este Trabajo Especial de Grado.

Entre los objetivos de la presente investigación también destaca definir el *audio slideshow* con la finalidad de determinar si es un género o una herramienta multimedia.

A lo largo de este trabajo se definirán los antecedentes que fueron punto de partida del *audio slideshow*; los especialistas disertarán sobre sus características y se definirá si es o no un género periodístico, que es uno de los principales objetivos de esta investigación.

1. Marco Teórico

1.1 La fotografía periodística

La imagen fotográfica es una información que forma parte del contexto informativo, que se comunica a los lectores o telespectadores del medio de comunicación, forma parte de la noticia. Es una técnica más de los medios de comunicación, son mensajes informativos de carácter visual. Estas fotografías normalmente las realizan los fotógrafos del propio medio, aunque también pueden adquirirse a través de fuentes externas (Fuentes, 2001).

"Son las imágenes producto del fotoperiodismo, entendido como técnica o actividad comunicativa más de los medios, y que usa la imagen fotográfica como un mensaje informativo de carácter visual" (Robledano, 2000: 189).

La foto de actualidad es aquella que aporta imágenes de interés informativo muy reciente, suele llamarse también foto del día y es susceptible de formar parte de la próxima edición o emisión del producto informativo periodístico. La fotografía de prensa constituye una de las principales y más válidas fuentes de información general para la investigación, histórica, sociológica, científica. Tiene un carácter insustituible, ya que aporta informaciones y da testimonios de la historia que no se pueden encontrar en otro tipo de fuentes. Son o deberían ser fondos con un importante valor social e histórico (Fuentes, 2001).

La fotografía de prensa tiene la parte del mensaje -el contenido del documento representado por la imagen (imagen y pie de foto)- y el medio o soporte material, que en la actualidad va desde los soportes más tradicionales a la fotografía digital, sobre el que se representa este mensaje y

ello permite la legibilidad de la imagen fotográfica y su conservación en un fondo documental, para formar la memoria histórica y para poder ser reutilizadas (Fuentes, 2001).

Susan Sontag (1996) en el libro *Sobre la Fotografía*, hace el siguiente planteamiento sobre el acto de fotografiar un hecho o suceso, y las consecuencias de este acto:

“Fotografiar es un acontecimiento en sí mismo, y un acontecimiento que se arroga derechos cada vez más perentorios para interferir, invadir o ignorar lo que esté sucediendo. (..) Una vez concluido el acontecimiento, la fotografía aún existirá, confiriéndole una especie de inmortalidad (e importancia) de la que jamás habría gozado de otra manera. (...) El fotógrafo acecha detrás de la cámara para crear un diminuto fragmento de otro mundo: el mundo de crear imágenes que nos sobrevivirán” (pp. 21)

Ese mundo de imágenes del cual habla Sontag es parte de la memoria colectiva de la sociedad. La memoria colectiva podría definirse como la capacidad de una sociedad de conservar, actualizar, transmitir y aprovechar información pasada a través de un lenguaje, y cuya conservación es esencial para la construcción de la identidad colectiva (Sontag, 1996).

En este aspecto la fotografía juega un papel esencial, pues se considera como un documento histórico importante. El registro fotográfico permite la vuelta al pasado, se establecen conexiones entre: personajes, momentos, condiciones y hechos relevantes que propician, y son en sí mismos, cambios en la sociedad. La captación de ese instante es la prueba de la existencia de un pasado, que puede ser reconstruido y explicado por especialistas (Sontag, 1996).

1.2 El reportaje fotográfico

El periodismo fotográfico es una forma del periodismo para la adquisición, edición y presentación del material noticioso. El fotoperiodismo incluye todas las áreas de interés de la actualidad informativa y todo aquello en donde sea posible la creación de una imagen.

De igual manera, el fotoperiodismo repasa los géneros de la profesión informativa como la entrevista, la crónica, el reportaje y el documental en todas sus facetas. Se divide además en fotonoticia, fotoreportaje, gran reportaje fotográfico, ensayo fotoperiodístico, retrato fotoperiodístico y columna fotoperiodística.

El fotoreportaje es una secuencia de fotos que narran un hecho noticioso en cualquier ámbito de la vida diaria. Presenta una gráfica de introducción que es publicada en primera plana que describe la noticia, creando interés en el lector. El fotoreportaje se compone de un número indeterminado de fotos que deben narrar en orden el hecho noticioso. Como género periodístico, el fotoreportaje no presenta reglas fijas, todo está en la presentación y la creatividad de su autor, pero la esencia de la información debe estar contenida en las fotos y no en el texto.

Resulta obligado considerar los rasgos definitivos para otorgar con justicia a un producto periodístico el rango de reportaje fotográfico: yuxtaposición, intencionalidad y montaje (Alonso, S.A.).

“No podemos admitir que la yuxtaposición de fotografías y textos escrito dentro de una misma unidad física compuesta por una o varias páginas, a lo largo de las que se respete una unidad temática o de acción cohesionada por un título, constituya un reportaje fotográfico (...) Para que el conjunto de títulos,

fotografías, pies que las comentan y el texto que se sitúa a su lado compongan un todo coherente y coexistente, deben respetarse unas reglas de integración que responden a principios de claridad, complementariedad y economía; y que tienen en cuenta la existencia pragmática de unas unidades sucesivas de lectura del conjunto informativo propuesto” (Alonso, S.A.).

Las unidades a las que Alonso se refiere nacen del orden efectivo que se produce en la recepción y en el que se diferencian tres escalones acumulativos:

- a) Títulos más imágenes, que constituyen la primera unidad de lectura, casi inevitable para quien hojea la publicación con deseo a detenerse en pormenores o sin intención de hacerlo. Cumple la función de atraer, interesar y retener al lector, haciéndole penetrar en el asunto y entregarse a la lectura, o llevarla a cabo en un momento posterior. Además de cumplir la función de “gancho”, la primera unidad de lectura tiene la obligación de transmitir una apreciable cantidad de información al lector.
- b) Título más imágenes, más textos ajustados a las imágenes, conocidos como pies de fotos, que forman la segunda unidad de lectura. La misión de los textos directamente vinculados cada fotografía o imagen es la de concretar los aspectos visuales que no sean autónomamente interpretables por el lector, y la de aportar datos complementarios que hagan más comprensible la información icónica. Las imágenes comunican parte del *qué* y del *cómo*, pueden comunicar el *quién*, pero un suele dejar claro el *cuándo* y el *dónde*, ni tampoco explicitan los *efectos* ni los *antecedentes* de los hechos. El texto explicativo se

vincula directamente a cada escena, debe aprovechar al máximo cada una de sus posibilidades de informativas, no muy amplias, generalmente, por la limitación del espacio.

- c) La totalidad del reportaje, tercera unidad de lectura, viene compuesta por lo anterior más el texto. Cabe destacar como punto de partida, que en un reportaje fotográfico ortodoxo, las primeras unidades de lectura deben transmitir al lector una gran cantidad de información.

Alonso apunta que “un gran despliegue fotográfico puede hacer que el texto resulte prácticamente innecesario, aunque no tenga que quedar excluidos sin remedio”.

Las fotografías son la esencia de la información en este género periodístico. Cuando las fotos no complementan una información, se escribe un breve texto llamado pie de foto o leyenda, que ubican al lector en el tiempo y espacio.

Los estudiosos de este género han definido dos tipos de reportaje fotográfico: el corto y el de tipo profundo. El fotoreportaje corto que aunque es un género eminentemente narrativo en su discurso simbólico, se entremezclan la forma narrativa y la descriptiva, para relatar progresivamente, con fotografías periodísticas, la complejidad de los fenómenos sociales de actualidad vinculados a la información diaria. El fotoreportaje corto requiere de una planeación mínima; el tiempo de entrega es casi inmediato y se desarrolla en conjuntos de cuatro a 10 fotografías aproximadamente.

En cambio, en el fotoreportaje profundo, o gran reportaje como también se le conoce, prevalece el tipo de discurso narrativo amalgamado principalmente a las formas descriptiva y expositiva. El reportaje fotográfico de profundidad se caracteriza por el tratamiento abiertamente interpretativo asumido por parte del fotoperiodista. El uso de este género precisa de una investigación

exhaustiva y de una planeación previas para abordar de manera crítica, detallada y en profundidad. El número de fotografías requeridas es regularmente amplio y depende de las necesidades discursivas de cada fotoperiodista.

El reportaje fotográfico posee las siguientes características:

- **Actualidad:** la imagen debe estar dentro del contexto de un hecho reciente y noticioso y debe ser suficientemente ilustrativa del mismo.
- **Objetividad:** la situación representada en la fotografía es una imagen confiable y cuidadosa que representa los eventos que indica tanto en contenido como en tono
- **Narrativa:** la imagen debe combinarse con otros elementos noticiosos que la haga suficientemente comprensible para los espectadores, lectores o televidentes de todos los niveles culturales
- **Estética:** la imagen debe conservar el rigor de la estética fotográfica (luz, encuadre, relación fondo y forma, perspectiva, manejo de sombras, etc.)

Las fotografías que ilustren el hecho deben contener elementos que orienten al espectador sobre los aspectos básicos del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo y dónde. Además de cumplir con todos los rigores de la ética periodística en cuanto a veracidad, precisión y objetividad.

Pero al igual que todos los ámbitos del periodismo, el reportaje fotográfico también se ha visto influenciado por las nuevas tecnologías. La era digital ha marcado un antes y un después en el arte de la fotografía.

La fotografía digital es una foto convencional digitalizada, cuyo proceso consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los mega píxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

Las fotografías digitales suelen almacenarse en formatos gráficos que permiten guardarlas correctamente, con sus dimensiones y colores apropiados. Algunos formatos gráficos que permiten guardar fotografías digitales son JPG, BMP, TIFF, PNG, entre otros. Existen otros formatos, como GIF, que poseen una limitación en sus colores (sólo 256 colores) y, por lo tanto, no es un formato adecuado para fotografías digitales. (Alegsa.com.ar)

Gracias a la producción de esas imágenes se han logrado crear formatos novedosos como las fotogalerías, los *slideshow* (o *Soundslide* como también se le conoce), que han surgido o evolucionado para enriquecer aún más la producción de contenidos periodísticos, y la difusión de los mismos en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información.

1.3 Audio slideshow

La flexibilidad del multimedia permite que los periodistas y los usuarios se acerquen a las historias de una manera nueva y única. Lo multimedia integra varios formatos, desde producciones de video hasta textos acompañados por el *audio* de una entrevista.

Poco se ha escrito sobre este formato que es por muchos considerado un género. Sin embargo, aunque la teoría es escasa la producción de *audio slideshow* es cada vez mayor. De hecho, los grandes diarios del mundo han elaborado trabajos bajo el esquema del *slideshow*, en todas sus modalidades.

Algunas definiciones encontradas en Internet señalan que el *slideshow* se basa en la reproducción de imágenes en diapositivas, acompañadas con una narrativa con sonidos o música. Las presentaciones de diapositivas de fotos en línea son una herramienta popular para ilustrar noticias y mostrar sus mejores fotografías en los sitios en línea.

La definición más exacta que se encontró es la del Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal, que define el *audio slideshow* como “un formato que agrupa fotografías y sonidos sobre un mismo tema y con un hilo narrativo. Su objetivo es contar historias visualmente, con un sonido que complementa las imágenes, editados con un ritmo apropiado según la historia” (2011).

Aunque no está definido desde el punto de vista académico, muchos especialistas en la materia consideran que el *audio slideshow* es un género, cuyo base o cimiento es el reportaje fotográfico. Sin embargo, este formato por sus características multimedia también es considerado como una manera novedosa de narrar historias, o hacer crónicas.

La coordinadora del Departamento de Multimedia del Diario El Universal, Milfri Pérez, considera que se trata de nuevos géneros o nuevas narrativas. “En El Universal tiene el tratamiento de una nota multimedia más. Así como existen notas escritas denominadas como ‘artículo’, ‘avance’, notas ‘urgentes’, esto es una nota multimedia, categoría donde también están agrupadas el video, el *slideshow*, la fotogalería, la infografía... son notas pero multimedia y tienen su nombre según el formato” (Contacto personal 7/11/10).

Miguel Tortello, gerente de proyectos web en la Cadena Capriles, señaló que el *audio slideshow* o el *Soundslide* -nombre que prefiere darle dado a los orígenes de dicho formato- forma parte de las nuevas narrativas de la Web.

“Es un género porque los géneros periodísticos extrapolados al papel son formas, métodos, criterios que se usan para narrar un hecho informativo. El *Soundslide* o *audiogalería* tiene esas características. Tiene métodos, técnicas y criterios periodísticos. Es contar una historia e impactarla con todos los recursos y criterios del periodismo. Hay que jerarquizar, que es lo importante, y si quisiéramos hablar de una estructura como la de la noticia o

el reportaje, que son géneros; esto tiene una introducción, un desarrollo y un final. Si nos alineamos con esa idea, esto es un género. Si nos percatamos todos los géneros tienen sus características y éste lo posee” (Contacto personal 24/11/2010).

Iván González, coordinador del Departamento de Fotografía de la Cadena Capriles coincide con los especialistas anteriores. Afirma que el *audio slideshow* “es un producto multidimensional que permite al usuario entrar en escena. Sigue siendo un fotorreportaje pero ahora hay sonido, no sólo ves a la persona sino que también lo escuchas. Es importante definir con qué vamos a comenzar y con qué terminar. Una vez que tiene todas las imágenes y todos los sonidos definidos, lo del medio sale solo” (Contacto personal 23/11/2010).

Chico Sánchez, fotógrafo residenciado en México con más de tres años especializándose en la producción de *audio slideshow*, lo define como un recurso que agrupa dos lenguajes, visual y sonido, que se complementan entre sí. Considera que dependiendo del enfoque que se le de puede ser un género periodístico, que tenga tratamiento de reportaje, más que de diarismo.

“Un *audio slideshow* consiste en una presentación de fotografías en forma consecutiva que pasan automáticamente y que van acompañadas de una pista de *audio* que acompaña o complementa la historia”

Su antecesor en la fotografía fue la presentación de diapositivas que iba acompañada de o bien una narración por parte del fotógrafo, o un presentador o música.

“El *audio slideshow* tiene el enfoque que le quieras dar. A pesar de que suelen ser temas que no son el periodismo día a día, suelen hacerlos tipo reportaje. Se puede recrear una entrevista, sacar fotos de una entrevista,

hacer una crónica, ponerle fotografía, o algo que sea más documental”, apunta Sánchez. (Contacto personal 24/01/2011)

El Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal señala que el reportaje fotográfico es el elemento fundamental para elaborar un *slideshow*. Agrega que el sonido que lo complementa puede provenir de una grabación en el lugar de los hechos que recoge el fotorreportaje, una narración grabada o música como sonido de fondo.

1.3.1 Clasificación y usos:

La Asociación Nacional de Fotógrafos de Prensa (NPPA), por sus siglas en inglés, organización Norteamericana dedicada a la promoción del periodismo visual, clasifica el *audio slideshow* en tres categorías:

- Presentación de funciones de *audio* (Feature *Audio Slideahow*)
- Noticias *audio slideshow* (News *Audio Slideshow*)
- Deportes *audio slideshow* (Sport *Audio Slideshow*)

Sonia Blanco, especialista en *podcast* señaló en durante una clase magistral en la Universidad Monteávila, realizada en 16 de mayo de 2009, que existen tres tipos de narradores en el *audio slideshow*:

- Narrador omnisciente: que cuenta la historia en tercera persona, cuya narrativa favorece la objetividad de la historia.
- Narrador protagonista: que cuenta su propia historia en primera persona.
- Narrador mixto: alterna la voz en *off* del narrador omnisciente con la del protagonista.

Asimismo, se puede considerar que hay dos versiones del *slideshow*:

- una que es una reproducción de fotografías, con un orden definido, que tiene como estructura inicio, desarrollo y desenlace;

- y el *audio slideshow* que, como su nombre lo indica, se diferencia del anterior porque en su estructura narrativa está incorporado el sonido. Éste inclusive puede contener fragmentos de videos que aporten elementos relevantes a la historia.

Al respecto, Tortello señala que sobre el *slideshow* no se conoce una clasificación como tal. Sin embargo, expresó que es un género para contar historias de segunda velocidad, trabajadas con más tiempo, cuyas características se asemejan más al reportaje.

En cuanto al uso del *audio slideshow* tampoco hay nada escrito sobre piedra, lo que deja abierta la ventana para que los profesionales e interesados en este recurso multimedia puedan experimentar. No obstante, los especialistas consultados para este Trabajo Especial de Grado hacen algunas recomendaciones o sugerencias.

Pérez expresó que “el principio para usarlo es que ese formato da para contar una historia. Puede ser más una crónica que se pueda contar una historia coherente con una secuencia, con un desenlace; una historia que tenga un sonido que lo apoye y que no sea sólo de ambiente, que sea parte de la información que compone eso. Donde alguien narre la historia. El sonido de fondo real debe ser información” (Contacto personal 7/11/2010).

Considera que dependiendo del tema, podrían pensarse temas del día a día que pueden servir para ser presentados en formato de *slideshow*.

Por su parte, González considera que el *audio slideshow* es un género ideal para contar historias de vida, más no para diarismo. “Para el día a día están la televisión, la radio, los videos”. Para ello, señala que es necesario hacer seguimiento de los personajes que se van a entrevistar, convivir con esa persona, formar parte de su vida y su rutina para obtener un mejor trabajo.

Tortello también apunta que el género “no se presta mucho para lo informativo”, sino que resulta mejor para contar una entrevista, un testimonio, un hecho o un proceso.

“Para informaciones caliente no resulta tanto por su elaboración. El Soundslide puede equivaler a un reportaje *audiovisual*. Eso requiere trabajo en reposo. El género por excelencia para la información inmediata, en caliente, es la noticia”, agrega Tortello (Contacto personal 24/11/2010).

El manual de estilo Multimedia del diario El Universal (2011) recomienda el uso de *slideshow* cuando hay algo que contar más allá de los textos y las imágenes; cuando se quiere transmitir sensaciones de una información; cuando se quiere dar una historia en profundidad a través de imágenes y sonidos.

El audio *slideshow* sirve para transmitir una experiencia, una sensación, y las historias personales o historias de vida son excelentes insumos para elaborar una pieza. Además el audio *slideshow* puede servir para desarrollar los géneros informativos de uso común en El Universal como: reportaje, entrevista, crónica, perfil, análisis, reseña y opinión.

Dada la similitud que existe entre el fotoreportaje tradicional y el *slideshow* es pertinente destacar las diferencias que existen entre ambos géneros.

Los *slideshows* también son fotorreportajes, porque es contar una historia a través de fotos, con un hilo narrativo y con sonido. (Pérez, contacto personal).

Tortello considera que el fotoreportaje se queda corto con el *Soundslide*, pero reconoce que es el camino que sirvió para desarrollar el *slideshow*. “Si la gente que hace fotoreportaje en la prensa escrita hubiese conocido el *Soundslide* en ese momento, seguro lo hubiesen hecho”.

1.4. Producción

El *slideshow* sirve para elaborar la historia que se quiere contar, la cual no sólo está expresada en imágenes sino que en la misma pieza confluyen sonidos, bien sea la voz en *off* del periodista, con apoyo testimonial de los participantes o con otro elemento que enriquece aún más como la música.

Los especialistas consultados para este trabajo definen cuatro elementos fundamentales en la producción del *audio slideshow*: sonido (la entrevista o la música), la fotografía, la edición y los textos.

En cuanto al perfil del productor del *slideshow*, los especialistas consideran que es un trabajo que se puede realizar de forma individual o en equipo, de cualquier modo, tanto el rol del fotógrafo como el del periodista cambian, puesto que ambos pueden estar involucrados en todas las fases de elaboración: la entrevista, la fotografía y la edición del *audio*.

Sin embargo, Sánchez estima que lo ideal es que haya un editor que tenga conocimiento de la producción de imágenes, del *audio* y de los textos para que coordine el producto final.

“Hay fotógrafos que son buenos editores de *audio slideshow*. Una persona de texto no debería editar fotos porque es un lenguaje que no conoce, y el fotógrafo no puede editar texto. Aunque hay fotoperiodistas que sí saben hacerlo y viceversa, pero el *audio* lo debe editar alguien que conozca cómo se hace. Lo ideal es que haya un editor”, apunta Sánchez. (Contacto personal 21/01/11)

1.4.1 La entrevista: González señala que hay que diferenciar la entrevista que se hace pensando en un texto escrito que en la que se hace para multimedia. “Si preguntas algo y el entrevistado te responde con un monosílabo, eso no te sirve para nada en el multimedia, en el papel sí. Hay

que hacer preguntas elaboradas, abiertas, donde el entrevistado pueda desarrollar la respuesta” (Contacto personal 23/11/2010).

Destaca que el flujo de trabajo durante una entrevista para un producto multimedia cambia respecto a la que se realiza para el papel. Señala que no se puede interrumpir ni utilizar muletillas durante la conversación. La clave es escuchar.

Además, González recomienda hacer entrevistas cortas, que al final van a facilitar la edición. Recomienda mirar a los ojos al entrevistado pues es una manera de presionar al entrevistado para obtener mayor información, al igual que quedarse en silencio. Para tapar los “baches” que se puedan registrar durante la entrevista, sugiere grabar un clip con el sonido de ambiente, de unos 10 segundos que serán valiosos en la edición.

El Manual de Estilo Multimedia de El Universal sugiere que cuando se utilice la voz de periodistas o entrevistados en narraciones o voces en *off*, estos deben ser identificados en los créditos finales del *slideshow* o en las leyendas al pie de las fotografías.

En cuanto a la música, González confiesa que no es partidario de agregarle este elemento a menos que sea realmente necesario, pues la música suele generar sensaciones en quienes los escuchan, lo cual puede, en algunos casos, influenciar el resultado.

Por su parte, Tortello considera que la musicalización de la historia le agrega calidad de cortometraje al *slideshow*, sólo que es una pieza contada “cuadro a cuadro”.

El Manual de Estilo Multimedia de El Universal recomienda la utilización de sonidos, en este caso música, como elemento narrativo que acompañe a las imágenes. Destaca que deben ser piezas musicales de libre uso.

Para evitar que el sonido se contamine, González recomienda solicitar al entrevistado que apague su teléfono móvil; escuchar la habitación para identificar los sonidos que pueden molestar y ver de qué manera se pueden solucionar. Agrega que es muy importante evitar las muletillas como: “uhmmm”, “ehhhh”, “ujummm”, etcétera, durante la entrevista.

La importancia de incluir la narración del protagonista puede dar información y transmitir emociones que quizás no pueden ser apreciadas solo con la fotografía o el texto: la emoción, el humor que se escucha en la voz de la persona, la música que puede servir para crear un estado de ánimo, o el sonido de ambiente que transporta al espectador hasta el lugar.

“El *audio* es la espina dorsal de la narrativa, tan necesaria para la difusión de proyectos en la Web”.

Sánchez también recomienda monitorear los sonidos del lugar donde se realiza la entrevista, así como la utilización de un grabador o un micrófono que capture bien el *audio*, y colocarlo cerca de las personas que se están entrevistando para obtener un mejor sonido.

1.4.2 La fotografía: Lo ideal es que en el *audio slideshow* se combinen imágenes en planos y ángulos distintos, tomadas desde distancias diferentes, pues esta “técnica” determina el ritmo que es fundamental debido a que fija el equilibrio entre la reproducción de fotos panorámicas, con planos medios, planos cerrados, *clouse up*, retratos, entre otros.

El uso excesivo de fotografías similares y con el mismo plano empobrece el ritmo. González señala que lo ideal es que la fotografía tenga un tiempo de exposición entre cuatro y seis segundos.

“Cuando se trata de mi trabajo divido entre cinco el tiempo del *audio* y el resultado de eso es el número de fotos que voy a utilizar en ese *audio slideshow*. El usuario necesita tiempo para detallar la foto. No uso efectos, le doy su espacio a cada fotografía”, apuntó González (Contacto personal 23/11/2010).

El Manual de Estilo Multimedia de El Universal establece el formato JPG para las fotografías; las imágenes deben ser del mismo tamaño que el archivo completo del video (550 px de ancho x 360px de alto, de resolución 72 píxeles por pulgada) para evitar distorsión de las imágenes. Recomienda fotografías horizontales para la elaboración de *audio slideshow*.

1.4.3 La edición: Una vez realizada la entrevista se debe escuchar el sonido y hacer un pietaje para identificar los segmentos del *audio* que son más noticiosos o de interés relevante sobre la historia.

González señala que lo ideal es que en esa primera edición del sonido se reduzca el material en 50%. Se escucha una vez más y se deja reposar. El proceso de edición sigue hasta lograr un *audio* cuya duración no sea superior a los tres minutos.

Al respecto el Manual de Estilo Multimedia de El Universal recomienda que los *slideshow* tengan una duración entre tres y cinco minutos. Tortello por su parte, señala que tres minutos es el tiempo ideal para presentar la historia.

El tiempo, según los especialistas, está determinado por el espacio que los usuarios dedican a ver contenidos en Internet, el cual es de cuatro minutos en promedio para los sitios de noticias.

“Tratamos de que estos productos tengan una duración máxima de tres minutos por el ancho de banda que no suele ser muy bueno, y eso puede

agotar la paciencia de la gente”, señaló González (Contacto personal 23/11/2010).

Sánchez, por su parte señala que si la historia es muy buena, tiene buenas fotos y buen sonido, no hay norma. “Lo ideal es de tres minutos hacia abajo. Hay historias que duran hasta 5 minutos. La historia más resumida es más bonita y llega más” (Contacto personal 24/01/2011).

La estructura del *audio slideshow*, la historia es sacada a partir del sonido. Esta es la clave del texto. Crear una estructura a partir del *audio*. El sonido da más capacidad para desarrollar historia. La foto es más intuitiva, y va acorde con la narración. La fotografía influye en la estructura (Sánchez, contacto personal 21/01/2011).

Para editar y armar el *audio slideshow*, el Manual de Estilo Multimedia de El Universal sugiere “el uso de un programa de edición de video que permita sincronizar la narración con las imágenes fijas, y a la vez obtener un archivo con la compresión y el peso aceptable”.

Para elaborar un *audio slideshow* se puede utilizar cualquier programa de edición de video como *Windows Movie Maker*, *iMovie*, *Final Cut*, entre otros. Agrega que al igual que con los videos, estas herramientas de edición generan un archivo en formato *QuickTime Movie (MOV)*, *Flash*, *MPG4*, *Windows Media Video*.

Para la edición y producción del *audio slideshow* el manual de estilo consultado recomienda hacer un guión donde se indique la imagen que corresponde con un determinado sonido, y viceversa.

Sin embargo, González, Tortello y Sánchez coinciden en que no es necesario elaborar un guión, técnico o literario.

“Esto se realiza sin guiones porque no es televisión, no es cine; es documental, es un reportaje. No podemos pretender que el entrevistado diga

cosas que no siente o las cosas que yo quiero. No hay un gui3n”, manifest3 G3nlez (Contacto personal 23/11/2010).

Al respecto, Tortello se1al3 que m3s que un gui3n lo que se hace es una planificaci3n, la idea desde donde parte el trabajo. “Creo es que en alg3n lado est3 esa planificaci3n, en papel o en la cabeza. En la medida en que se hace m3s experimentada la pr3ctica el gui3n se hace mental, existe, que no se escriba es otra cosa, pero el trabajo parte de una idea organizada, no arbitraria. Debe partir de una planificaci3n, no puede ser improvisada” (Contacto personal 24/11/2010).

S3nchez se1ala que si se pretende hacer un *audio slideshow* period3stico no se puede o no se debe hacer un gui3n, pues eso podr3a manipular el resultado del producto final.

“Si hay que hacer una planificaci3n hago ciertos planos, hacer un gui3n est3 en el l3mite de hacer cine. Si el periodista hace un gui3n de lo que quiere encontrar pierde su objetividad. Intenta llegar al lugar y esperar a ver que se consigue. No se debe hacer el gui3n de lo que quieres contar, eso ya no es periodismo. La situaci3n es la que dicta que es lo qu3 tienes que fotografiar o grabar”, manifest3 S3nchez. (Conversaci3n personal 24/01/2011)

1.4.5 El texto: los expertos han recomendado escribir en forma m3s breve para las pantallas de computador, dado el cansancio que estas provocan en los usuarios. La recomendaci3n fue reforzada por investigaciones como la del Eyetrack II, que encontr3 que las historias cortas eran tres veces m3s vistas que las largas. (Franco G.)

Las leyendas o pie de fotos son uno de los lugares donde primero se concentra la atenci3n de los lectores en internet, seg3n los estudios Eyetrack del 2000 y Eyetrack III.

“Los ojos de los lectores online luego regresan a las fotos y gráficas, algunas veces no hasta que regresen a la primera página después de dar clic sobre un artículo completo”, dice el documento oficial del ‘EyeTrack’ del 2000”. (Franco G.)

En la producción del audio *slideshows* se incluye texto para complementar la información de la historia que se está presentando a través de la creación de Título o pantalla de portada, intertítulos o pantallas de portadas secundarias, leyendas al pie de las fotografías y créditos.

Al respecto el manual de estilo consultado para esta investigación señala que para el texto se puede escoger cuatro tipos de fuentes específicas: Helvética, Tahoma, Georgia o Verdana, debido a que facilitan la lectura en la Web. Asimismo, indica que cada *slideshow* contendrá un solo tipo de familia de fuente, y sugiere la utilización de Bold o negritas para diferenciar tipografías.

Es el texto principal o título que indica la información que contiene el *audio slideshow*. Letras en mayúsculas y minúsculas, en punto 40 para los títulos.

Los intertítulos, sumarios o textos breves como pantallas secundarias sirven para separar grupos de imágenes con una misma idea dentro de la narración.

Las leyendas o pie de foto se recomiendan para ubicar al usuario en el lugar y tiempo donde transcurre la historia. El nombre y cargo de los entrevistados, así como las citas. También se utilizan para identificar el lugar donde se capturaron las imágenes que se muestran.

1.5 Antecedentes

El *slideshow* tiene como antecedentes multimedia en 2005, cuando el reportero gráfico Joe Weiss desarrollo el software *Soundslide* como

aplicación multimedia para los periodistas. Se trata de una herramienta creada para comunicadores sociales y otros narradores de para hacer más rápido el trabajo de la producción de diapositivas.

Weiss ha trabajado como reportero gráfico, multimedia, periodista, diseñador, programador, productor y editor en medios impresos y en línea desde 1996.

Sus trabajos multimedia han ganado el reconocimiento nacional e internacional, incluyendo el premio de periodismo en línea para el uso creativo del medio de la Asociación de Noticias en línea y dos digitales, entre muchos otros.

Para este trabajo de grado se contactó a Weiss vía entrevista, pero al término del mismo aún no había respondido.

2. Marco Metodológico

El marco metodológico es “un conjunto de procedimientos implícitos en todo proceso de investigación, con el objetivo de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos”. Balestrini (2002). El marco metodológico sitúa los métodos y procedimientos que se emplearán en la investigación; su universo, población, muestra; los instrumentos y técnicas recolección de datos, la medición, hasta la codificación, análisis y presentación de los datos.

2.1 Tipo de investigación

El presente Trabajo Especial de Grado es una investigación de tipo exploratorio porque busca arrojar luces sobre un género periodístico digital sobre el cual todavía no hay conceptos, teorías o investigaciones definitivas. Los teóricos sobre la metodología señalan que los estudios exploratorios son aquellos que examinan un tema sobre el cual no se ha profundizado o no hay mayores hallazgos o conclusiones.

La investigación fue de tipo exploratorio descriptivo. De acuerdo con Babarezco de Prieto (1997) un estudio exploratorio “permite brindar una aproximación de la realidad, partiendo de la base, que el tema de estudio ha sido poco tratado, es decir, es nuevo y el investigador no cuenta con los recursos metodológicos suficientes como para formularse hipótesis”.

Considera que la investigación exploratoria concibe al objetivo inicial en su forma natural, sin que nadie anteriormente haya efectuado estudio alguno, y él lo intenta por primera vez. Además, tiene por objeto el acercamiento inicial a un problema. Es necesario para obtener experiencia y luego ser estudiado

en forma más precisa, más definitiva. Una investigación documental puede ser inicio de una exploratoria cuando sea de fuente primaria.

En el caso del *audio slideshow* son escasas las investigaciones que se conocen sobre este tema. Durante el aqueo de fuentes y la investigación se encontró muy poca teoría, por lo que los conceptos y definiciones fueron abordados a partir de entrevistas con los expertos, a pesar de ser un género bastante explotado en el ámbito fotográfico.

2.2 Desarrollo del proyecto

La realización de ***Rostros de las expropiaciones*** presentada como una serie de *audio slideshows* es el resultado de un proceso de investigación, diseño y ejecución que tomó alrededor de tres o cuatro meses. Varios temas fueron sondeados para la realización de este proyecto, hasta que finalmente surgió la iniciativa de contar la historia de quienes han sufrido las consecuencias de la política de intervención de tierras.

Muchos conocen el impacto de esta problemática, pero hasta ahora, pocos han podido escuchar de los propios protagonistas lo que les ha tocado vivir luego de que fueran intervenidas sus fincas. Es por ello que surgió la idea de mostrar la historia de la familia Sosa, propietarios del Fundo San Luis; de Julio Campos, dueño del Hato El Barinal; y de Ivonne Peña, a quien le expropiaron una parcela en el Sistema de Riego del Río Guárico. Todas estas unidades de producción están ubicadas en Calabozo, estado Guárico.

2.2.1 Investigación Periodística

- Investigación de los casos posibles
- Contacto de las fuentes

- Esquema de trabajo
- Formulación de una hipótesis
- Contraste de la información

2.2.2 Trabajo de campo

- Recolección de datos a través de entrevistas
- Visita a las fincas intervenidas para documentar con imágenes el estado actual de esas propiedades
- Selección del formato en que serían grabadas las fuentes
- Definir el ángulo y el concepto de las fotos para el diseño de cada audio *slideshow*
- Formulación de la idea del producto final

2.2.3 Estructuración del producto

a) Diseño de la arquitectura de la información

- Clasificación, organización y selección de los datos obtenidos durante la investigación
- Esbozo del contenido
- Pietaje y edición del sonido de cada una de las piezas
- Selección de las gráficas a utilizar en cada audio *slideshow*

b) Diseño de la interactividad

- Determinar la ruta de navegación
- Establecer la presentación del proyecto
- Selección de los tiempos de respuestas
- Trabajar en el tamaño y peso de los elementos multimedia para ajustarlo a los requerimientos del medio donde se alojará el producto.

c) Diseño de la identidad gráfica

- Desarrollo del concepto estético
- Diseño y selección del tamaño y tiempo de exposición de las fotografías
- Selección de la tipografía
- Diseñar pantallas de presentación de cada proyecto

2.2.4 Revisión del producto final

- Presentación del trabajo final al tutor y otros expertos en el área para mejorar el resultado del proyecto

2.2.5 Evaluación del producto final

2.2.1 Investigación periodística: En el último trimestre de 2010, el Gobierno nacional intensificó los rescates de tierras productivas en el país, con el anuncio del Presidente Hugo Chávez de intervenir 250.000 hectáreas en el Sur del Lago, cifra que se duplicaría para cierre de año, según las previsiones del Estado.

Esto motivó la revisión de casos que anteriormente habían sido objeto de medidas similares, lo que llevó esta investigación hacia el estado Guárico, donde el Instituto Nacional de Tierras (INTI) ha traspasado a manos del Estado más de 32.750 hectáreas en 17 fundos, que eran propiedad de productores agropecuarios de esa entidad.

En esa revisión se seleccionaron y se contactaron vía telefónica cinco casos ubicados en el municipio Miranda en Calabozo, estado Guárico, de los cuales cuatro se lograron concretar: Fundo San Luis, propiedad de la familia Sosa Montoya; el Hato Barinal del señor Julio Campos; Finca Los Carlos del Doctor Carlos Silva, y la Parcela N° 184 del Sistema de Riego del Río Guárico que perteneció a Ivonne Peña.

Dichas unidades de producción fueron declaradas de utilidad pública presuntamente por encontrarse en estado de ociosidad, y pasaron a ser administradas por los organismos del Estado.

Esta investigación tenía como norte determinar el estado en que se encuentran esas unidades de producción en estos momentos, tras varios años de intervención. La realidad es que están completamente ociosas, baldías y abandonadas, las mismas razones por las cuales fueron confiscadas a sus propietarios, quienes hoy se encuentran en una delicada situación económica, debido a que perdieron su medio de producción y principal fuente de sustento.

En principio, algunas de esas tierras "rescatadas" fueron entregadas en concesión a familias campesinas que, posteriormente, ante la falta de capacidad para producir rubros agrícolas en suelos tipo V (que son aptos sólo para la ganadería) abandonaron las tierras.

En la mayoría de esas fincas intervenidas también se han registrado casos de invasiones, de las cuales muy pocas se mantienen en estos momentos.

Las historias obtenidas de los propios protagonistas tienen un denominador común: se trataba de tierras productivas, eran sus viviendas familiares y no hubo ningún tipo de compensación por ello.

El pago de las bienhechurías de esas fincas intervenidas es un tema tabú del que ningún funcionario quiere hablar.

La realidad es que las unidades de producción que han sido intervenidas y pasadas a manos del Estado, no sólo en el estado Guárico sino en todo el país, no producen y aquellas que lo hacen arrojan rendimientos menores a los tenían antes de ser intervenidas. Para muestra los casos que muestran en el presente Trabajo Especial de Grado.

Durante la pesquisa se consiguieron documentos oficiales de organismos del Estado donde se reconocían la titularidad y la productividad de esas tierras. Algunos de sus contenidos están plasmados en imágenes y sonidos presentados en los audio *slideshow*.

La selección del Fundo San Luis como caso de estudio se debe a la forma en que fue intervenido. En el proceso participó el difunto gobernador de Guárico, William Lara, quien ejecutó personalmente la medida.

El 29 de mayo de 2009 el INTI intervino las primeras 100 hectáreas de las 244 que tiene el fundo. Posteriormente, el 2 de octubre de ese mismo año se concretó la intervención de las otras 144 hectáreas. La familia Sosa sólo

pudo conservar un cuarto de hectárea, espacio donde está construida la casa, que es su vivienda principal.

A pesar de que las autoridades realizaron los avalúos sobre el ganado y las bienhechurías, hasta la fecha el Gobierno no les ha pagado el justiprecio de la propiedad. La familia Sosa vive de los ahorros que guardaron durante 26 años de trabajo.

La producción del Fundo San Luis era de 300 cabezas de ganado al año, rebaño que ha ido mermando en los últimos 18 meses, pues debido a la falta de asistencia técnica han muerto casi la mitad de esos animales.

El hato Barinal, que es el segundo caso en esta investigación, es propiedad de Julio Campos, quien a sus 80 años y pese a su discapacidad (se desplaza en silla de ruedas desde que perdió su pierna derecha a causa de una trombosis, sigue visitando las 400 hectáreas que le quedó luego de que el INTI le confiscara 500 hectáreas.

A pesar de su avanzada edad, Campos sigue luchando para que el Estado le cancele lo que le corresponde por la infraestructura de la finca, o que le devuelvan las tierras que le fueron expropiadas.

La Finca Los Carlos fue intervenida hace tres años y hoy se encuentra totalmente abandonada. La expropiaron con la intención de sembrar rubros agrícolas en esos predios. Sin embargo, esa producción no prosperó por la composición alcalina de los suelos.

La parcela N° 184 del Sistema de Riego del Río Guárico fue intervenida hace ocho pero no por el INTI que es el organismo que rige en esa materia, sino por la gobernación. La propietaria, Ivonne Peña asegura que el ex Gobernador de la entidad, Eduardo Manuit, por razones políticas le expropió su propiedad en la que se cultivaban 120 hectáreas de arroz al año.

Esos predios fueron entregados a otras personas y es el único caso donde las tierras están productivas.

2.2.2 Trabajo de campo: Para la recolección de datos el equipo periodístico se trasladó hasta el Estado Guárico donde permaneció durante tres días. Para optimizar tiempo y recursos se elaboró un esquema de trabajo durante la estadía.

- Día 1 (15/12/2010): el mismo día que el equipo reporteril se trasladó a Calabozo, se realizó la entrevista a Rolando Sosa y Jeannette Montoya, propietarios del Fundo San Luis. La entrevista fue grabada en la casa de la familia, dentro de la finca. La conversación duró 33 minutos.

El reportero gráfico, Gustavo Bandres, logró tomar más de 200 gráficas de las cuales se seleccionaron 50 fotografías que reflejan el estado actual de la finca. Se recorrieron los predios en una visita que duró cerca de cuatro horas, se verificó el estatus del ganado y las instalaciones, y se evidenció la situación de abandono y deterioro en que se encuentra el fundo actualmente.

- Día 2 (16/12/2010): Se realizó la entrevista al veterinario Carlos Silva, propietario de la Finca Los Carlos. El encuentro duró aproximadamente una hora. Posteriormente el equipo se traslado hasta la finca para retratar las instalaciones. Se obtuvieron unas 50 gráficas del lugar.

Ese mismo día, fue entrevistado Julio Campos, en el Hato El Barinal, donde se pudo ver y retratar cómo es el día a día de este octogenario en lo que era su finca.

En la tarde se concretó la cita con Ivonne Peña y se realizó la entrevista en su vivienda, donde trabaja como artista pintando cuadros, pues desde que intervinieron su parcela hace ocho años no ha vuelto a entrar.

- Día 3 (17/12/2010): acercamiento al sistema de riego del Río Guárico para tomar algunas imágenes de la parcela N° 184, propiedad de Peña. Éste fue el último día del trabajo de campo.

En cuanto al proceso de selección de datos, al final de cada jornada se definía cuál material era idóneo para la producción de los *audio slideshow*.

Durante la grabación de las entrevistas, cuyos sonidos fueron guardados en formato WAP y posteriormente convertidos en mp3, tal como señala el Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal, se monitoreaba el *audio* para verificar que no tuviera fallas o saltos en el mismo.

Se acordó con el fotógrafo que el formato ideal para las fotografías sería el horizontal, tal como indica el Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal.

Finalmente se resolvió producir un *audio slideshow* para mostrar cada uno de los casos.

2.2.3 Estructuración del producto: Una vez recabados los datos, y cotejado la hipótesis que dio arranque a la investigación, el paso siguiente fue la selección del material que sería utilizado para contar cada una de los casos. Se decidió destacar el lado humano de esos procesos, y que los afectados narraran su historia. El complemento serían las fotografías que muestran el estado en que se encuentran esas unidades de producción que fueron propiedad privada y hoy están bajo la administración del Estado venezolano.

La estructura del producto final se realizó a partir de tres aspectos: arquitectura de la información, identidad gráfica y el ritmo o la interactividad de las piezas multimedia.

Para la presentación del producto final se decidió utilizar el programa *Flash Player*, para empaquetar la serie de videos como una misma unidad de información.

a) Diseño de la arquitectura de la información: esta etapa es fundamental para estructurar la información. Es la manera de organizar y presentar los contenidos; cómo serán presentados a los usuarios; qué elementos y recursos serán utilizados y de qué manera; así como la determinación de las funciones y herramientas para que los usuarios puedan tener acceso al producto.

Clement Mok (1997), especialista en Multimedia, definió la arquitectura de la información a la “la integración de estructuras que subyacen en un sistema de contenidos. Concebir el problema del diseño de contenidos a partir del punto de vista arquitectónico puede ser muy útil para el medio informático, puesto que la arquitectura trata en principio de resolver el sistema de relaciones entre la gente, el tiempo y el espacio”.

De esta manera, el diseño de la información está dirigido a la organización y estructuración de los contenidos; el diseño de la identidad está orientado a organizar el trabajo en función de los elementos gráficos; mientras que el diseño de la interactividad dibuja la vía de comunicación entre la computadora y el usuario.

Abordar el tema sobre las intervenciones de tierras en el país tiene muchas aristas. El lado humano es uno de ellos, y el formato digital es ideal para contra este tipo de historias, pues no es lo mismo leer el relato en el papel que escucharlo y ubicarse en el lugar a través de las imágenes.

En cada *audio slideshow* se editó el relato con la finalidad de destacar los aspectos más importantes y presentar de manera hilada, todo en un lapso entre tres y cinco minutos como máximo. En todos los relatos, se incorporaron las imágenes de acuerdo con la narración para que el usuario pudiera ubicarse en el espacio.

Aunque cada *audio slideshow* presenta una historia distinta, la construcción del contenido es bastante similar. En el caso del Fundo San Luis se le incorporó un video que fue tomado durante el proceso de intervención. Posteriormente se reproduce el video que documentó el proceso de intervención de esa unidad de producción. El *audio slideshow* del hato Barinal se construyó con la narración, fotografías y música para ambientar el relato. La última pieza presenta la historia de la expropiación de una parcela en el Sistema de Riego del Río Guárico, contada por la propietaria.

Hay autores que señalan que la música en los *slideshow* puede generar sensaciones en los usuarios, y por esa razón recomiendan no incorporarla en el producto final. Inicialmente, para este trabajo se pensó colocar sonido a una pieza durante todo el relato, otra con música sólo al principio y al final y otra sin música, para diferenciarlas y evitar generar drama más allá del que muestra la propia historia. Sin embargo, luego de evaluar estas opciones, se tomó la decisión de unificar el criterio de este recurso, musicalizando los tres cortos para complementar las historias.

Desde el principio la idea fue que el producto final se presentara en conjunto y no piezas sueltas, es por ello que para la presentación del producto final se decidió empaquetar los tres *audio slideshow* para presentarlo en la página web. Para lograr ese resultado se pensó en la herramienta *Prezzi*, pero por el peso de los videos no era viable y podía registrar fallas a la hora de reproducirlos. Finalmente se decidió hacer la presentación del proyecto a través del programa *Flash Player*.

Como ruta de navegación se estableció la de tipo no lineal, pues aunque están disponibles los tres videos el usuario puede verlos sin un orden específico, debido a que las piezas no son excluyentes entre sí, y cada historia es autónoma.

Vale destacar que la navegación no lineal permite que los contenidos no sean reproducidos en el orden en que fueron presentados o creados. Es decir, si bien hay un comienzo y un final planificado, éste no necesariamente es seguido por el usuario quien utilizando las mismas características de la plataforma en la que se ofrece el contenido, puede conseguir una visualización en un orden completamente diferente (Camus, 2009).

b) Diseño de la interactividad: La creación de productos multimedia han logrado romper esa barrera en la comunicación unidireccional y lineal con la información, transformándose en vehículos de información y transmisores de conocimiento.

En este apartado se trabajo sobre la relación que tendría la audiencia con el producto final, que para el proyecto que se presentó como trabajo Especial de Grado se centra básicamente en la ruta de navegación, así como la revisión del peso y el tamaño de los elementos *audiovisuales*, de manera que la reproducción y la descarga se realice a una velocidad aceptable.

Este paso está ligado al diseño de la información, y también mantiene relación con el apartado del diseño gráfico. Como señalamos anteriormente, estos tres elementos son la base del producto final.

Para el diseño de la interactividad se partió de la interrogante ¿cómo debe funcionar el producto final? De allí que resultara en la presentación en *Flash* del producto final, donde el usuario seleccionaría la pieza que quiere ver.

Un aspecto relevante que tiene que ver con la interactividad del *audio slideshow* en general es el ritmo que tenga la presentación de las imágenes. Para lograr que la reproducción no sea tediosa se incluyeron algunos efectos de video, como las disolvencias de modo que, sin alterar la esencia del producto, hicieran más ágil y agradable a la vista.

En la parte baja de la pantalla de presentación del proyecto se colocaron botones con una imagen de los tres *audio slideshow*, para identificar cada una de las piezas. Una vez el usuario haga clic en ellas, se despliega una pantalla central donde se reproducirán los videos.

De alojarse el producto final en la página Web, se considerará desplegar las opciones de comentarios, así como de las redes sociales para que los usuarios puedan compartir esa información a través de Facebook y Twitter.

c) Diseño de la identidad gráfica: en esta etapa del proyecto se estructura la apariencia del producto final, a través de la conjugación de las imágenes, el sonido, el color y las fuentes empleadas. Se definen los elementos que darán vida al proyecto. Se perfeccionan los detalles y se eliminan aquellos detalles que están de más o que no aportan valor a la propuesta. En síntesis, se define el estilo del trabajo.

Para este proyecto se elaboró en el programa *Adobe Photoshop* una plantilla principal, que fue colocada sobre una imagen tomada durante el trabajo de campo. En la parte inferior se colocaron tres botones, identificados con una fotografía que muestra los rostros de cada *audio slideshow*. Al hacer clic sobre cualquiera de ellos, se despliega el video para su reproducción.

Posteriormente fue editado con *Adobe Flash* que permite darle movimiento a la pieza. Para este trabajo se pidió apoyo de un especialista.

Aunque este producto no fue diseñado para El Universal, se tomó como referencia el manual de estilo que desarrolló esa organización, no sólo por los acertados criterios que plantea sino porque es el único que hasta la fecha se conoce, en lo que respecta a medios de comunicación en Venezuela.

Las imágenes fueron editadas con el programa *Infan View* y se trabajaron de acuerdo a los lineamientos del Manual de Estilo Multimedia del diario El Universal. Las fotografías miden 550 píxeles de ancho x 360 píxeles de alto, y tienen una resolución de 72 píxeles por pulgada, “para evitar distorsión de las imágenes”.

Además, las fotografías en su mayoría fueron tomadas en horizontal para mantener la armonía, tal como señala el mencionado manual.

Se escogió el color negro para las plantillas y el blanco para la tipografía, en consonancia con el manual de estilo de El Universal. La fuente utilizada para la redacción de título, sumario y crédito fue Tahoma.

El sonido fue editado en el programa *Windows Movie Maker*. El *audio* original de la entrevista del Fundo San Luis era de 1 hora 30 minutos y se llevó a casi 4 minutos. El *audio* del Hato Barinal pasó de 16 minutos a 3 minutos con 37 segundos; y en el caso de la parcela N° 184 el sonido inicial era 22 minutos y se redujo a 3 minutos con 25 segundos.

El montaje de los tres *audio slideshow* se realizó con el programa *Windows Movie Maker*, no sólo porque está entre las herramientas recomendadas en el manual multimedia que fue consultado para elaborar el proyecto, sino también porque fue una de los programas que fueron aprendidos y empleados durante la especialización. Además es de fácil utilización y resultó sencillo para la autora de este trabajo.

La musicalización así como el mejoramiento de la calidad de las narraciones y la edición final de las piezas se hizo con el programa *Final Cut Pro*, para lo cual se requirió el apoyo de especialistas en el uso de esa herramienta.

2.2.4 Revisión del proyecto final: La serie de *audio slideshow* pasó por varias fases de revisión donde se sugirieron cambios en la musicalización, acortar los tiempos e incluir efectos y transiciones en cada video.

Se resolvió colocar piezas musicales diferentes para cada *audio slideshow*. Asimismo, en la presentación de los textos se incluyo el efecto *Typper Writer* para darle dinamismo y hacerlo más vistoso.

3. Descripción del Proyecto

3.1 Contenido

La serie de *audio slideshow* **Rostros de las expropiaciones** se presenta en tres piezas independientes, donde se relatan tres historias sobre expropiaciones de tierras en el estado Guárico, procesos que fueron ejecutados por el Instituto Nacional de Tierras (INTI) sobre fincas productivas.

El primer *audio slideshow* corresponde al Fundo San Luis, propiedad de la familia Sosa que fue intervenido en mayo de 2009. Esta propiedad tiene una extensión de 244 hectáreas, de las cuales 100 fueron intervenidas en esa fecha, y las otras 144 en octubre de ese mismo año. El argumento: presuntamente se encontraban ociosas.

En el fundo se producían 300 cabezas de ganado al año, de las cuales quedan 100, pues 200 mautes murieron de hambre. Además tenían un rebaño de 25 ovejos y 17 caballos, animales que La Fundación de Capacitación e Innovación para Apoyar la Revolución Agraria (Ciara) se llevó con el compromiso de pagarlos, acuerdo que no ha sido honrado.

De su propiedad la familia Sosa sólo conserva la casa, que es su vivienda principal. Todavía esperan que les paguen su propiedad, aunque sobre ese tema no han recibido ninguna respuesta.

Esta historia la relata Jeannette Montoya de Sosa, en un *audio slideshow* que dura poco más de 4 minutos. El relato se inicia con un fragmento del video que documenta el proceso de intervención del INTI, que estuvo encabezado por el difunto gobernador de Guárico, Willian Lara, video que fue suministrado por la familia Sosa, pero también está disponible en *Youtube*.

Además, está acompañado de 48 fotografías de las instalaciones de la finca y los propietarios. También se le colocó tres láminas de color negro: una para la presentación, el sumario y los créditos.

El segundo *audio slideshow* que se presenta es sobre el Hato Barinal, un fundo ubicado en el municipio Miranda, en Calabozo, de unas 944 hectáreas propiedad de Julio Campos. En julio de 2008, el INTI intervino esa unidad de producción y le confiscó 500 hectáreas, presuntamente por encontrarse en estado de ociosidad y además, según el INTI, calificaba como latifundio. Posteriormente, esas tierras confiscadas fueron entregadas a supuestos campesinos para que produjeran. Las otras 444 hectáreas quedaron en manos de Campos, quien tiene ganado en esas tierras.

Hoy, esas tierras se encuentran en total abandono. Campos relató que en las tierras que le fueron expropiadas hubo planes de siembra de arroz, frijoles y frutas, pero por tratarse de tierras tipo V aptas sólo para ganadería, no prosperaron.

En el Hato Barinal la producción anual era de 500 cabezas de ganado para ceba y cría. De esos, 200 murieron de hambre y sed pues los invasores tumbaron el pasto para hacer ranchos. Además el caño que nutría la laguna donde bebía el ganado quedó en la zona donde fueron intervenidas las tierras y taparon la corriente de agua hacía ese lugar. Se secó la laguna y los animales no tenía de donde beber.

Durante tres minutos Campos relata cómo en los últimos tres años ha visto cómo el fruto del trabajo de toda una vida se ha venido abajo. A sus 86 años no pierde la esperanza de recuperar lo que un día fue suyo. "O me pagan o me devuelven mis tierras", asegura.

Esta historia se presenta en un video que tiene una duración de 3 minutos 2 segundos. El relato está acompañado por 31 fotografías que evidencian el

estado en el que se encuentra el Hato Barinal, y la vida que lleva en esas instalaciones su propietario. Además cuenta con tres plantillas negras: una de título o presentación; el sumario con una breve introducción sobre la historia y los créditos.

El tercer *audio slideshow* corresponde al relato de la expropiación de la parcela N° 184 del Sistema de Riego Río Guárico, que el propio ex gobernador Eduardo Manuit le expropió a Yvonne Peña hace ocho años.

La parcela producía 120 hectáreas de arroz al año. Peña en su relato explica que salió un día y no pudo volver a entrar nunca más. Sus cosas personales y todo lo que había logrado producto de su esfuerzo quedó en esas instalaciones.

El Sistema de Riego del Río Guárico ha sido denominado por el Ejecutivo nacional como una zona estratégica, pues allí existe un proyecto de extensión del sistema de riego. De hecho, sobre esa zona pesa una amenaza de expropiación.

Peña relata que a raíz de la expropiación de su parcela quedó en una delicada situación económica, los bancos le embargaron sus propiedades porque no pudo cumplir con los créditos que había adquirido para costear la producción de su parcela. Sólo le quedó una casa en la que vive actualmente.

En vista de que no pudo seguir dedicándose a la actividad agrícola, Peña se refugió en la pintura, un arte que adquirió desde muy niña. Esa actividad le sirvió como sustento, le permitió pagar la universidad de sus hijos y hoy le ha ganado reconocimiento en el mundo de las artes plásticas.

Sin embargo, Peña no se rinde, y espera que le reconozcan sus bienhechurías y en algún momento le paguen su propiedad. Esta pieza tiene

una duración de 2 minutos con 47 segundos, y durante el relato se muestran 18 fotografías.

Cada uno se puede observar por separado. Aunque son historias similares no están vinculadas entre sí, por lo que no es necesario verlos en un orden específico ni en el que se presenta en la página.

3.2 Estructura

Para la presentación del producto final, se jerarquizó cada pieza de acuerdo con la importancia de su contenido o impacto noticioso. Todas las historias fueron estructuradas con el modelo de la pirámide invertida: inicio, desarrollo y desenlace.

Se creó una plantilla principal que sirve como tapa del proyecto. En *Flash Player* se incorporaron tres pantallas pequeñas en la parte inferior de la pantalla, para presentar cada uno de los *audio slideshow*. Cada uno tiene una imagen que lo identifica.

Al colocar el cursor sobre cada pantalla se oscurece y al hacer clic se despliega el video para su reproducción sobre una segunda plantilla. Lo mismo ocurre con cada *pieza*.

Se incorporó un botón que lleva de cada una de los *audio slideshow* al Menú Principal. Igualmente, al desplegar cualquiera de los videos, en esa pantalla, está la opción para visualizar las otras dos piezas.

Finalmente, el producto final fue empaquetado en *Flash Player* con la finalidad de presentarlo como un todo, donde cada uno de los *audio slideshows* se puede visualizar de forma independiente, pero están vinculados por su contenido.

3.3 Navegación

El proyecto está diseñado con dos rutas de navegación. De forma general, la presentación del producto final es de tipo no lineal, es decir, se puede seleccionar cualquiera de los *audio slideshow* que se presentan en la plantilla principal y visualizarlos según la preferencia de cada usuario. No es necesario verlos en el mismo orden que están presentados, ni es necesario verlos todos para entender de qué va el trabajo.

Asimismo, la navegación de cada *audio slideshow* es lineal, donde se ofrece la oportunidad de seguir la narración tal como ha sido creada, aunque se incorporaron dos botones que permiten las posibilidades de adelantar o ir hacia atrás si el usuario así lo desea.

Como se explicó en el apartado anterior, el producto final cuenta con cuatro vínculos: uno para cada *audio slideshow* y un botón que regresa desde cada video hasta el Menú Principal.

3.4 Etapas de producción

Para obtener el sonido y las fotografías se realizaron entrevistas, por separado, a cada uno de los propietarios de las fincas intervenidas, en las unidades de producción.

Una vez recabado el material, el siguiente paso fue hacer el pietaje cada uno de los sonidos, con la finalidad de identificar los fragmentos más noticiosos del relato para el *audio slideshow*. Se utilizó el programa *Windows Movie Maker* para editar el *audio*.

En el caso del fundo San Luis, el *audio* original era de 33 minutos. Tras realizar la primera edición el sonido se redujo a 9 minutos con 44 segundos. El proceso para ir eliminando aquellos fragmentos que no eran relevantes de

la historia fue escuchar varias veces el *audio* seleccionado. Finalmente, el tiempo de narración del *audio slideshow* “Fundo San Luis quedó improductivo” es de 4 minutos con 40 segundos.

El ensamblaje del *audio slideshow* también se realizó con el programa *Windows Movie Maker*. Una vez editado el *audio*, se fueron incorporando cada una de las fotografías de manera que tuvieran relación con el relato. Para esta pieza se utilizaron 48 imágenes.

Dado que existe un video donde está registrado el proceso de intervención de esa finca, en el que se evidencia la participación del ex gobernador de Guárico, Willian Lara, se consideró pertinente incluir un extracto al principio del *audio slideshow*, con la finalidad de poner en contexto la historia, y presentar el caso lo más completo y objetivo posible.

Para la musicalización de la pieza, se utilizó el programa *Final Cut Pro*, que también sirvió para el montaje final de la pieza. A través de estas herramientas se incorporaron algunos efectos de video, y se presentaron los textos, tanto del sumario como de los créditos, de forma dinámica a través del efecto *Typper Writer*. También se incorporaron disolvencias entre las fotografías.

El proceso aplicado durante la elaboración del *Audio Slideshow* del Fundo San Luis aplica para las otras dos piezas, aunque con algunas variantes que se explican a continuación.

La entrevista sobre el proceso de intervención y la situación actual del Hato Barinal originalmente tenía una duración de 16 minutos. Tras el primer pietaje el *audio* bajo a 5 minutos 12 segundos, y en la segunda edición el *audio* finalmente quedó en 3 minutos 37 segundos. El procedimiento se realizó con el programa *Windows Movie Maker*.

La edición del sonido fue bastante compleja, puesto que el entrevistado, Julio Campos, es un señor de 86 años cuya voz ha perdido vigor con el pasar del tiempo. Aunque su pronunciación no es del todo clara en algunos casos, y su verbo es bastante pausado, la entonación que pone en cada frase le da valor al relato. Por tal motivo se privilegió la voz del entrevistado en lugar de una narración en *off*. Para potenciar la voz del octogenario, se requirió la utilización del programa *Final Cut Pro* para amplificar el *audio*.

La incorporación de las 31 fotografías que se requirieron para ensamblar en *audio slideshow* se hizo en *Windows Movie Maker*, y se fueron incorporando de manera hilada con el relato. Debido a la calidad de las fotos, se prefirió dar al menos 6 segundos de exposición a cada imagen.

Igualmente, la edición final así como la musicalización de esta pieza se realizó en *Final Cut Pro*. Para la presentación del sumario y los créditos también se incorporó el efecto de video *Typper Writer* para hacerlo más dinámico y llamativo a la vista.

El resultado de este proceso fue el *audio slideshow* “Hato Barinal quedó improductivo”, con una duración de 3 minutos 47 segundos.

El último *audio slideshow* que se presenta en la serie *Rostros de las expropiaciones* fue la historia de la expropiación de la Parcela N° 184 del Sistema de Riego Río Guárico.

La entrevista para este *audio slideshow* tuvo una duración original de 22 minutos, que tras unas dos rondas de edición en *Windows Movie Maker* derivó en el *audio* final de 3 minutos 25 segundos. Este sonido tuvo mejor calidad por lo que no fue necesario trabajarlo con la herramienta del programa *Final Cut Pro*.

En *Windows Movie Maker*, programa en que fue ensamblado el *audio slideshow*, se incorporaron 18 fotografías de manera cónsona con el relato.

No obstante, para ensamblar esta pieza se presentó la dificultad de que no había tantas imágenes como requería la duración del relato, debido a que la entrevista se realizó en la vivienda de la entrevistada, Yvonne Peña, quien no tiene acceso a la parcela que le fue expropiada.

Esto requirió incorporar otras fotografías, que aunque están vinculadas con el relato, no fueron tomadas durante el trabajo de campo realizado para este Trabajo Especial de Grado.

Aunque originalmente no estaba planteado musicalizar este *audio slideshow* por la calidad del sonido, se decidió incorporarle música en concordancia con las otras dos piezas del relato, que también fueron musicalizadas.

Los tres *audio slideshows* del proyecto presentado como resultado de esta investigación, cuentan con tres láminas de texto: la primera para identificar el título de cada video; una lámina secundaria con el sumario que muestra una breve introducción al relato; y una tercera con los créditos.

Una vez listos los *audio slideshow*, el último paso del proyecto fue empaquetarlos en *Flash*. Para ello se requirió ayuda de especialistas. El proceso consistió en la elaboración de una plantilla principal que incorporara cada uno de los elementos que conformarían el producto final ***Rostros de las expropiaciones***.

3.5 Identificación

El titular es el elemento clave del texto periodístico. De hecho, el título es el que tiene mayor preponderancia en cuanto a los textos, pues es una unidad de información fundamental porque identifica el tema, y además, sirve como gancho para atrapar al usuario.

El concepto de titular y entradilla ha cobrado nuevas fuerzas en el discurso hipertextual, porque son precisamente éstos los elementos que se hallan en la superficie, los más visibles y los primeros accesibles, los niveles originarios que darán paso a otros más profundos, la cúspide de toda una posible serie de bifurcaciones, internas o incluso externas (Díaz Noci, 2002).

En los medios electrónicos el titular tiene cuatro funciones: identificativa; informativa; apelativa e hipertextual, según describe Ramón Salaverría en su libro *Redacción Periodística en Internet* (2005).

Para cada *audio slideshow* se colocó un titular central que identifica claramente el enfoque del trabajo. Para dar con el título principal del producto final se hizo una tormenta de ideas donde destacaban las palabras claves: Guárico, Tierras, Expropiaciones, Intervenciones, entre otras, del que resultó como titular definitivo ***Rostros de las expropiaciones*** que recoge el espíritu del trabajo que se presenta: contar la historia de los afectados y mostrar el lado humano de esos casos.

Para todos los textos se utilizó la tipografía Tahoma, en color blanco, para que resaltara sobre la plantilla negra, tal como sugiere el *Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal* (2011).

3.6 Resolución

Los productos que se exhiben en Internet deben tener una resolución acorde con la velocidad de navegación, por lo que se recomienda la elaboración de formatos en una resolución moderada.

En el caso de la serie de *audio slideshow* ***Rostros de las expropiaciones*** se presenta en plantillas cuya dimensión es de 960 pixeles de ancho por 600 pixeles de largo. Esto en función de acoplar el producto a las columnas de la

página web donde podría ser exhibido el producto final. Además, *Flash* se muestra en esa misma resolución.

Estas medidas fueron seleccionadas de acuerdo con las sugerencias del Manual de Estilo Multimedia del Diario El Universal (2011). Aunque el presente trabajo no fue producido para formar parte del contenido de este medio, se utilizó los parámetros de su página www.eluniversal.com para el montaje final del proyecto.

3.7 Imágenes

El elemento central del *audio slideshow* es la fotografía. El ojo especializado del fotógrafo Gustavo Bandres capturó más de 400 imágenes de gran valor periodístico y de alta calidad para la realización del presente trabajo.

Para la elaboración de cada *audio slideshow* fue necesario procesar las fotografías de acuerdo a los requerimientos que dicta el Manual de Estilo Multimedia del diario El Universal (2011), para ello se utilizó el programa de edición de fotos *Infan View 4.8*.

Las imágenes fueron trabajadas en formato JPG, cuyo tamaño es de 550 pixeles de ancho por 360 pixeles de alto, y con una resolución 72 pixeles por pulgada para evitar distorsión de las imágenes.

Conclusión

El periodismo digital y la producción de contenidos para Internet todavía están en ese proceso de reinención, donde no se ha dicho la última palabra. Sin embargo, ya hay aproximaciones sobre algunos géneros periodísticos que han evolucionado con la influencia de las nuevas tecnologías de la información.

Tal es el caso del *audio slideshow* que surgió como un formato que fue creado en 2005, para contar historias a través de imágenes y sonidos sobre un mismo tema, con un hilo narrativo, y que hoy cobra forma de género periodístico, pues tiene criterios, métodos y técnicas como la noticia, la crónica o el reportaje.

De hecho, los especialistas consultados para este Trabajo Especial de Grado coinciden en que el *audio slideshow* es un género periodístico, que tiene como punto de partida el reportaje fotográfico, con el atributo de que para la presentación digital se le pueden agregar, además del *audio*, algunos efectos para darle dinamismo.

Aunque no se trata de un formato que está desarrollado para contar noticias en caliente, su estructura es ideal para desarrollar historias frías como perfiles y crónicas; así como para relatar procesos, como fue el caso del tema de esta investigación: las expropiaciones de fincas.

Uno de los hallazgos de esta investigación es que este género tiene dos vertientes: el *slideshow* y el *audio slideshow*. El primero, es la reproducción de imágenes con un hilo narrativo: inicio, desarrollo y desenlace; mientras que el segundo incorpora sonidos como una entrevista o musicalización. Incluso puede incorporar fragmentos de videos.

Una de las bondades del *audio slideshow*, como bien describió Iván González, coordinador del departamento de Fotografía de la Cadena

Capriles, es que permite al usuario entrar en escena, pues no sólo se ve a la persona que está transmitiendo la información, la fuente primaria, sino que también puedes escucharla, lo cual le da gran valor al trabajo multimedia.

Diversos lenguajes convergen en la producción del audio *slideshow*: imágenes, video, *audio* y texto. El proceso de reportería para levantar la información mantiene su espíritu, sin embargo, hay algunas recomendaciones básicas para hacer este tipo de trabajo:

- Las entrevistas deben ser cortas y precisas, para facilitar el trabajo de edición.
- Las fotografías se recomiendan apaisadas y en varios planos para darle ritmo a la historia, los efectos son válidos pero sin abusar de ellos.
- El audio debe ser grabado en espacios neutros para garantizar la calidad del mismo.
- La musicalización y los sonidos de ambiente están permitidos.

Si bien las imágenes tiene relevancia en la presentación del *audio slideshow* es el sonido el que marca la historia, y se complementan entre sí. Y así ocurrió con este proyecto. Durante el ensamblaje se procuró que las fotografías concordaran, en la medida de lo posible, con el relato.

A través del *audio slideshow*, que fue el centro de esta investigación, se presentó, por primera vez, en formato multimedia, el efecto que han tenido las intervenciones de tierras, una de las políticas del Estado aplicadas al sector agrario; se logró mostrar ese lado humano de esta situación cuya cobertura periodística, por lo general, se queda sólo en el impacto que tiene la medida para la producción de alimentos.

Este género permite explotar ese lado humano que muchas veces la audiencia no logra captar. La serie ***Rostros de las expropiaciones***, cuenta la historia de tres familias que se vieron afectadas, que se quedaron sin su

principal fuente de trabajo y los usuarios pueden conocer sus relatos desde la voz de los afectados, mediante estas piezas multimedia.

Definitivamente han surgido nuevas maneras de narrar historias de vida. Para contarlas sólo hay que tener un tema, los recursos necesarios y la intención de realizar un buen trabajo multimedia.

Si bien es cierto que el periodista de hoy debe estar empapado sobre las herramientas que existen para la producción de los diversos formatos multimedia que hasta ahora se conocen, no es necesario que sepa usarlos todos. El periodista orquesta no existe, y es por ello que se recomienda trabajar en equipo -periodista, fotógrafos, técnicos y programadores- para la elaboración de productos multimedia como este Trabajo Especial de Grado.

Recomendaciones

Luego de la realización de este Trabajo Especial de Grado se considera prudente hacer las siguientes recomendaciones.

- La serie de *audio slideshow* **Rostros de las expropiaciones** abre paso a la realización de trabajos similares, tanto académicamente como en el Diario El Universal, pues aunque el proyecto no fue pensado para colgarlo en la página de dicho medio, se mostró interés de la empresa en tenerlo entre su oferta de productos multimedia.
- Para la realización de este tipo de trabajo multimedia se recomienda trabajar en equipo, y mantener comunicación abierta con el fotógrafo y el personal técnico que asistirá la edición fina del trabajo.
- Se recomienda el *audio slideshow* como formato que puede ser utilizado para contar historias de vida, hacer crónicas e incluso micro reportajes.
- Se considera prudente recomendar a la academia enfatizar los conocimientos y facilitar las herramientas a los estudiantes, tanto de pregrado como de posgrado, para que se motiven a realizar trabajos similares.

Anexos

1. Guía de recomendaciones para realizar *audio slideshow*, por Iván González

* Realizo las fotografías para mi *slideshow* igual que una secuencia de video—tomando planos abiertos, medios y cerrados. Esto da mis exposiciones variedad visual y me permite cubrir mi *audio* abriendo con un disparo ancho, entonces transición a un disparo apretado de la misma escena.

* Es mejor abrir su presentación con un poco de sonido natural antes que con un sujeto hablando. La entrada en su historia es importante. Si usted no engancha al espectador rápidamente dejarán de ver su trabajo.

* Que los sujetos no tengan que introducirse a sí mismos. El cliché más grande en los *slideshows* es el "Hola, me llamo...". En vez de eso, utilice subtítulos.

* Utilice personajes apasionados para que narren su historia. Si su personaje tiene una aburrida voz monótona, entonces quizá usted debe escribir y grabar algunos puentes narrativos por que usted mismo debe ayudar al movimiento de la historia.

* Como en el video, trate de cuadrar las fotos con lo que el narrador esté diciendo en ese momento. Lo mismo para el sonido ambiente.

* Consiga una grabadora digital que garantice la calidad del audio.

* Cuando grabe una entrevista, hágalo en un lugar silencioso. Entonces agregue sus sonidos naturales (en un nivel reducido) bajo la narrativa para darle profundidad.

- * Registre un minuto de tono de habitación dondequiera que usted tome fotografías. Utilícelo cubrir los baches durante o después de la narración.
- * Utilice el filtro de *audio cross-fade* para evitar que el sonido muera durante la narración.
- * Utilice un editor de sonido con multicanales. Esto le permite agregar capas de sonido que ayudan a crear una atmósfera sonora.
- * Su *audio* final debe ser suave como mantequilla. Nada le debe quitar del momento.
- * Asegúrese de que el tiempo de exposición sea correcto. Demasiado rápido hará enfurecer al lector, y si es muy lento también y se aburrirán visualmente.
- * Utilice música por alguna razón, y no porque usted necesita hacer una presentación aburrida más interesante. No utilice música para manipular la emoción. Si no hay emoción ni en la narrativa ni en sus fotos, no lo force con la música.
- * Cree una armazón narrativa con los *audios* editados. Comience su presentación con sonido ambiente, y luego vaya alternando la narración y el sonido ambiente. Lo peor que usted puede hacer es tener a un sujeto hablando durante tres minutos sin parar.

1. Entrevistas realizadas para esta investigación

1. Milfri Pérez, coordinadora del departamento Multimedia del Diario El Universal (7/11/2010)

- ¿Cómo define al Audio Slideshow?

- Le decimos slideshow indistintamente de si tiene sonido o no. Si tiene fotos que pasen sin un orden determinado es una galería fotográfica. Quizás no sea lo correcto porque hay que diferenciar el sonido pero hasta ahora lo hemos llamado slideshow en El Universal.

Eso son nuevos géneros o nuevas narrativas. En El Universal tiene el tratamiento de una nota multimedia más. Así como existen notas escritas denominadas como “artículo”, “avance”, notas “urgentes”, esto es una nota multimedia en la que se agrupan video, slideshow, fotogalería, infografía. Son notas pero multimedia y tienen su nombre según el formato.

- ¿Desde el punto de vista técnico, el audio slideshow aplica para contar todo tipo de historias?

- No. Hay unas sugerencias de cuando usar un slideshow. El principio para usarlo es que ese formato da para contar una historia. Puede ser más una crónica, un perfil porque no es solo la sucesión de fotos con un sonido, sino que sea un reportaje y pueda contar una historia coherente con una secuencia, con un desenlace, una historia que tenga un sonido que lo apoye y que no sea solo uno de ambiente sino que sea parte de la información que compone eso. Donde alguien narre la historia. El sonido de fondo real debe ser información.

- ¿Cuál es la diferencia que puede haber entre el slideshow y el fotorreportaje?

- Los slideshows también son fotorreportaje, porque es contar una historia a través de fotos con un hilo narrativo. En los slideshows también pueden hacer un foto reportaje pero con sonido. Este puede servir para hacer un perfil, entonces no es un fotorreportaje porque se utilizan fotos de distintos aspectos de un individuo y lo acompañas con una entrevista o una narración de él. Pero el fotorreportaje es el género inicial, es como el origen.

- ¿Cuál debe ser el tiempo de duración?

- Es importante el tiempo. Un slideshow no debería por peso que dure más de tres minutos. Porque el promedio de tiempo que dura la gente en El Universal viendo cualquier cosa es 4 minutos. Por eso hay que tener cuidado con el peso porque por la transmisión de información y el ancho de banda corre el riesgo de que tarde en bajar, en correr, tiene que ser liviano el archivo y que la descarga sea aceptable para que el usuario no se vaya y deje de ver el producto.

- ¿Cuál es la aceptación de este producto?

- En los slideshows no se ha medido porque entran como videos en la herramienta de nosotros. Se pueden ver las visitas, tienen aceptación pero la gente lo ve como video. No se puede diferenciar entre las dos notas. El slideshows no es lo que más se usa en el periódico.

- ¿Por qué no? ¿Este formato no funciona para hacer diarismo?

- Si puede usar para diarismo. Pero esto es en el marco de la interacción porque el insumo para la creación del slideshows son los fotógrafos.

- ¿Ese sería el perfil o el personal que debe realizar este tipo de formato?

- Un periodista puede hacer su foto, pero el que está entrenado y tiene la visión periodística fotográfica es el fotógrafo. El elemento central de esto es la fotografía. Entonces (el periodista) si pudiese trabajar en equipo y ayudar con las entrevistas y el sonido. Pero el fotógrafo es el que tiene la perspectiva.

- ¿Cuál considera que es el despegue de este género multimedia respecto a los otros?

- Aquí no se ha desarrollado bien. La intención es que sean piezas más pensadas y más desarrolladas. Se tiende a hacer mucho y buscar fotos que no han sido pensadas para contar una historia y se termina haciendo híbridos: fotografías con videos. Pero el slideshow pensado como pieza para narrar historias con fotos y sonidos.

- ¿Lo ideal es que sea planificado, es necesario realizar un guión?

- Sí. Hay temas que te hablan o te dicen que forma es mejor para contar esa historia. Utilizas el material que sirve para hacer eso, pero no es algo predispuesto. Sale a partir de una idea y trabajas con el resultado de esa investigación que hiciste.

- ¿Existen varios tipos del slideshow?

- El soundslide genera un archivo. Los que se han hecho han sido conceptuales, pensando en aprovechar los recursos que salieron de la pauta.

- ¿El slideshow puede ser una manera para aprovechar esos recursos que muchas veces se quedan en los archivos?

- Sí, hay muchas fotografías que se quedan fuera, nadie lo ve porque en el papel no hay espacio Entonces se pueden utilizar no sólo para hacer el

slideshow sino también las fotogalerías que conocemos y que en el periódico se hacen mucho.

- ¿Cuál considera que es la mayor fortaleza del audio slideshow?

- La fotografía. Esa posibilidad de contar con movimientos más reposados, mostrar fotografías de esa manera con un sonido bien escogido funciona muy bien.

2. Iván González, coordinador del departamento de fotografía de la Cadena Capriles. (23/11/2010)

- ¿Cómo define el Audio Slideshow?

- Es un producto multidimensional que permite entrar en escena. Es importante definir con qué vamos a comenzar y con qué terminar. Una vez que tiene todas las imágenes y todos los sonidos definir lo del medio sale sólo.

- ¿Cómo es ese proceso de producción?

- La parte técnica como funciona: sigue siendo un fotorreportaje pero ahora hay sonido, no sólo ves a la persona sino que también lo escuchas. Puede haber una narración, pero yo prefiero que si la persona puede contar su propia historia que lo haga. Si a la persona no se le entiende hay que reformularlo.

En la Cadena Capriles hemos utilizado el recurso de la narración, pero para ser narración tienen que estar bien hecha. Bien escrito el guión y bien narrado porque si no queda como una tabla. Hay que diferenciar la entrevista que se hace pensando en un texto que la que se hace para multimedia. ¿Por qué? Porque si uno pregunta algo y te responden un monosílabo no sirve para nada en el multimedia. Hay que hacer preguntas elaboradas, abiertas, donde se desarrolle la respuesta. No se debe intervenir.

- ¿Cómo se logra esa entrevista para un producto multimedia?

- Cuando el periodista va hacer una entrevista para un producto multimedia ese flujo de trabajo cambia totalmente. No se puede hablar, solo escuchar. Cero preguntas simples. Tener un buen grabador. Es importante escuchar.

Hay que apagar el teléfono, escuchar la habitación para identificar qué sonidos pueden molestar y ver cómo se pueden solucionar. Hacer un producto muy pensado. No se debe interrumpir con muletillas. Hacer entrevistas cortas, mientras más larga es más difícil de editar. La entrevista es para prensa escrita. Hacer silencio, eso ayuda a presionar.

Es muy importante mirar a los ojos, es una forma de comunicarse. Antes de la entrevista se graba unos minutos de la habitación para tapar los baches o las fallas. 10 segundos ayudan, no más.

- Además de la voz del entrevistado, ¿qué otros sonidos se pueden incorporar?

- Las atmosferas: 30 segundos está bien para los sonidos de ambiente. Con esto es más relajado, no es delicado como el audio de la entrevista. Nunca grabar sin audífonos. Nunca fiarse de la grabación, hay que usar audífonos. En todo momento hay que apoyarse en ellos.

- ¿Suele hacerse un guión para este tipo de trabajo multimedia?

- Esto es sin guiones porque esto no es televisión, no es cine; es documental, un reportaje. Entonces no puedo pretender que el entrevistado diga cosas que no siente o las cosas que yo quiero escuchar. No hay un guión pero el flujo de trabajo es sencillo: primero la entrevista, luego vienen fotos. Yo trato que sea una entrevista de máximo 15 minutos. Sobre esto no hay nada escrito. Estos productos deben durar como máximo 3 minutos por el ancho de banda que no es muy bueno y la paciencia de la gente. Esa entrevista de 15 minutos hay que llevarla a máximo 2 minutos.

Luego de la entrevista se hace un pietaje. Lo ideal es que en la primera ronda se reduzca 50%. Luego de eso, lo vuelvo a escuchar y lo dejo reposar. En esa entrevista debe haber fotos importantes de elementos que destacan en el relato. No se puede ser tan literal, si no se consiguió la foto, no importa.

- ¿Hay un tiempo determinado para la exposición de las fotografías?

- Lo ideal es que por fotografía se tenga 4 segundos, máximo 6, no es mucho tiempo de exposición. En mi flujo de trabajo divido la duración del sonido) entre 5 y el resultado es el número de fotos. El usuario necesita tiempo para detallar la foto. No usamos efectos. Le damos ese espacio. Se utilizan silencios también. Un sonido que apoye el discurso.

- ¿Esto se puede hacer con fotos de archivo o lo ideal es con fotos del día?

- Las dos cosas, pero eso hay que aclararlo. Las fotos se toman alta cantidad y en alta resolución. En personajes quizás puedan hacerse en blanco y negro. En estos productos no se utiliza flash y a veces hay espacios donde se pixela la foto, en blanco y negro se corrige eso

- ¿Considera que con la evolución de estos nuevos géneros multimedia cambial el rol del periodista y del reportero gráfico?

- Cuando se habla de multimedia es trabajar en equipo. Aunque trabajes solo se trabaja en equipo. Definitivamente sí cambia el perfil.

-¿Hay alguna sugerencia o recomendación de cómo deben hacerse las fotografías para los audio slideshows?

- Variedad visual, panorámicas, planos medios, detalles, retratos, fotografías de contexto, hay que estar pendiente de todos los elementos para que de ritmo. El ritmo es importante en el slideshow para que la gente no se aburra. Hay que determinar qué se quiere transmitir.

3. Miguel Tortello, gerente de proyectos multimedia de la Cadena Capriles. (23/11/2010)

- ¿Qué es el Audio Slideshow?

- Ha tenido varias denominaciones. Lo conozco como Soundslide que proviene del software que sirve para elaborar el slideshow. Esto forma parte de las nuevas narrativas de la Web. Es un género porque los géneros periodísticos trasladados al papel son formas, métodos, criterios que se usan para narrar un hecho informativo. El Soundslide o audiogalería tienen esas características. Tienen unos métodos, técnica, criterios periodísticos. Es contar una historia, impactarla con todos los recursos y criterios del periodismo. Hay que jerarquizar que es lo importante y si quisiéramos hablar de una estructura como el de la noticia o el reportaje, que son géneros, esto tiene una introducción, un desarrollo y un final. Si nos alineamos con esa idea, esto es un género. Si nos percatamos todos los géneros tienen sus características y éste lo posee.

- ¿Cuáles son las características del audio slideshow?

- La diferencia que hay entre una galería de imágenes y un Soundslide es que la primera es un recurso, porque es una expresión desordenada de las mismas, no siguen ninguna secuencia, pudieran estar agrupadas de alguna manera pero ahí no se está contando ninguna historia aunque las fotos están agrupadas y sean todas del mismo tema.

En el Soundslide tienes que elaborar la historia que quieres contar, y esa historia no sólo está expresada en imágenes, la historia confluye bien sea una voz en *off* del periodista, con apoyos testimoniales de los participantes de la historia y con otro elemento que lo enriquece mucho más: la música.

La música expresa sentimiento, entonces la musicalización de la historia le agrega cualidades de cortometraje a la historia, sólo que es contada cuadro a cuadro. Hay muchos soundslide que combina el cuadro a cuadro con el video. Entonces son pequeños clip de videos y vuelven a repetir cuadros.

Otro elemento que tiene es el ritmo. Así como en el periodismo escrito hay páginas de lectura rápida, ligeras, intermedias, se busca un balance. En los Soundslides o slideshows es mucho más preciso. Con el sonido, con el discurso fijas un ritmo. No puedes apresurar la historia en los primeros cuadros, comienzas a usar recursos de la cinematografía. Puedes ir desde lo general hasta lo particular, desde lo particular hasta lo general. Puedes comenzar a hacer uso de estos recursos. Comenzar con una historia fuerte que se va desagregando. Cuando le comienzan a meter otros recursos.

Si no se usa ese software (Soundslide) sino otro el producto es el mismo, incluso hay otros que añaden recursos mucho más ricos. Acercamientos. Todas estas cosas trascienden y hacen mucho más rica la historia.

- ¿Es el audio slideshow un género multimedia?

- Definitivamente el slideshow o soundslide es un género periodístico multimedia. Donde no ha habido acuerdo es en cómo llamarlo. Esto es relativamente nuevo.

- ¿Cómo se diferencia del fotorreportaje?

- El fotorreportaje se queda corto con el Soundslide. Es el camino que sirvió para llegar al soundslide. La gente que hace fotorreportaje en la prensa escrita si hubiese conocido el Soundslide en ese momento seguro lo hubiese hecho. El nacimiento de esto fue por un reportero gráfico que se le quedaban las fotos. Él mandó a desarrollar este software para usar sus fotografías. Fue creado por Joe Well en 2005. El fotorreportaje es uno de los cimientos que

impulsa el nacimiento de estos elementos. El soundslide fue hecho desde la perspectiva de un periodista. Tiene ese concepto.

- ¿Qué tipo de historias se pueden contar a través del audio slideshow?

- No se presta mucho para lo informativo. Se presta más para una entrevista, para un testimonio, un hecho, un proceso. Para informaciones caliente no tanto por su elaboración. El audio slideshow puede equivaler a un reportaje audiovisual. Eso requiere trabajo en reposo. El género por excelencia para la noticia es la noticia.

- ¿Esta es una manera de aprovechar esos trabajos que están fríos en el archivo?

- Hay que tener cuidado. El audio slideshow no es como los bollitos de la Navidad. No se hace con sobras de un trabajo, debe ser pensado. Tiene un fin, por lo tanto, tiene una planificación. Una cosa distinta es que el trabajo que se haga sirva para el impreso y para hacer un Soundslide y otra cosa es que se piense solo en impreso y con lo que sobre hacer un Soundslide, porque hay que armar una historia, un guión y eso no se puede improvisa.

- ¿Es necesario hacer un guión?

- Yo creo que sí. En algún lado, en el papel o en la cabeza, quizás sea más lo segundo. En la medida en que se hace más experimentada la práctica el guión se hace mental, pero de que existe, existe. Que no lo escribas es otra cosa. Pero partió de una idea organizada, no arbitraria. Debe partir de una planificación. No se puede improvisar.

- ¿Este género ha evolucionado o puede seguir evolucionando?

- Pienso que sí. Algunos que mezclan video. Es el mismo soundslide evolucionado, porque no es un video sino que comienza con un video. Ha

evolucionado de dos maneras: mezclando video con foto bajo el mismo discurso de la voz en *off* etcétera; y hay otro, el hecho de la historia se está contando lleva movimiento, una secuencia, ráfaga. Y tal cual se pone. Eso se ve en movimiento, es como un cine cuadro a cuadro. Después se pone otra imagen, es jugar con eso. No sé qué más pueda evolucionar. Creo que ha llegado a su madurez, pero no sé. Lo que existe está claro y tiene una estructura.

- ¿Cuál es el aporte que hace el audio slideshow al periodismo?

- Darle otra dimensión a la fotogalería. Una nueva manera de contar historias.

- ¿Los usuarios consumen este tipo de contenido?

- Sí claro. Pero no lo tenemos medido ahorita, no podría hablar de un número.

- ¿Puede el slideshow incluir una infografía?

- No se puede. El soundslide es una combinación de foto, sonido y algunas veces video. Infografía no porque ya se pía otra cosa y no un soundslide.

- ¿Es un trabajo de equipo donde participa el periodista y el fotógrafo?

- Se puede hacer con diferentes personas. La mayoría los hace la gente de fotografía pero eso no quita que no pueda estar un reportero. Hasta ahora ha sido iniciativa de un fotoperiodista.

- ¿Existe alguna clasificación para el slideshow?

- No he visto que existan clasificaciones. Contar historias de segunda velocidad: las que son cocinadas o trabajadas, lo más parecido a un reportaje, información fría. No es un género o una narrativa para contar una noticia. La noticia en el soundslide es un reportaje o un micro reportaje. El

narrador puede intervenir dentro de la historia. Este género que es sencillo tiene muchas complejidades. No todo el mundo es bueno haciéndolo.

- ¿Cambia el perfil del periodista o del fotógrafo?

- Hay una maduración. Hay fotógrafos que se redescubrieron haciendo esto. Y hay periodistas que descubrieron que son buenos contando este tipo de historias. Vieron que a través de esta herramienta nueva, una narrativa nueva se puede encontrar otra forma de contar la historia.

Sí, de repente han cambiado porque al volverte multimedia comienzas a ver en multimedia, a pensar en multimedia. No ve la noticia en términos reaccionales sino que comienza a mirar en multimedia y después piensa en términos de texto. Literalmente cambia el perfil. Pero ese cambio es para bien. Es una reivindicación de ver las cosas en 360grados como realmente son.

- ¿Cuánto debe ser el tiempo de duración de un slideshow?

- Cortos, 2 o 3 minutos, no más allá porque se vuelve cansón. No es una película. Es una historia contada de forma concisa, práctica pero muy rica.

- Entonces, ¿considera que es un género?

- Todos los criterios de los géneros informativos deben aplicarse al slideshow. Estructura con todos los elementos de la noticia.

4. Chico Sánchez, fotógrafo mexicano. (24/01/2011)

- ¿Cómo define el audio slideshow?

- Es un recurso bueno porque son dos lenguajes: visual y el sonido. Con el sonido se puede complementar esos dos lenguajes. Atmosfera que se complementan. No tienes el sonido o la foto sola, pero no es un video, todavía tiene la magia de la fotografía. La foto para un instante, es un momento mágico.

- ¿Considera que es un género periodístico?

- Depende del enfoque. Los míos, pese a que no son temas de periodismo diario, trato de que sean más un reportaje. También puede ser más artístico. Más documental. A mí me gusta hacer más documental. No participo, no hago narración, no pongo música.

- ¿Se pueden usar fotografías de archivo para su composición?

- Recomienda no usar foto de archivo ni sonidos ajenos a la escena. Todo debe salir de esa investigación, del momento en que se fue a la pauta. Con el sonido se puede complementar esos lenguajes. Por ejemplo, cuando hace una presentación religiosa crea una atmósfera que se complementa. Todavía no es video. Tiene la magia de la foto. Suele parar es muy mágica. Lo ideal es no usar foto de archivo. Todo el audio debe ser grabado en el lugar. Hay gente que le pone sonidos y eso no es periodístico ni es tan bonito.

- ¿Qué tipo de historias se pueden contar?

- Tiene el enfoque que le quieras dar. A pesar que suele ser temas que no son el periodismo día a día, suelo hacer tipo reportaje. Se puede recrear una entrevista, sacar fotos de una entrevista, hacer una crónica, ponerle fotografía y algo ser más documental. Sacar de la realidad: no pone

narración, música sonido original. Cuando se hace crónica de texto el fotógrafo deberá tomar el sonido.

Se presta para hacer de todo. Desde una noticia a una sobre una persona. Si se quiere hacer un catalogo de algo. Esta es una idea antigua de la diapositiva. Había gente que hacía eso y hablaba al mismo tiempo que pasaba la diapositiva. Eso es llevado a la computadora.

- ¿Cree que el fotógrafo es quien debe realizar los audio slideshows o que es un trabajo en equipo?

- Hay fotógrafos que son buenos editores de audio slideshow. Una persona de texto no debería editar fotos porque es un lenguaje que no conoce, y el fotógrafo no puede editar texto. El audio debe editar alguien que conozca cómo se hace. Lo ideal es que haya un editor. El conoce el mundo de la fotografía, el audio y está en contacto. Que aprenda a producir y tome en cuenta todas las opiniones. Hay muchos slideshow que se nota que la persona que ha editado el audio es una persona de texto porque audita el texto. Editor equilibrado que conozca.

- ¿Existe alguna clasificación para el audio slideshow?

- Es muy complicado clasificarlo. En los concursos, la NPPA (National Press Photographers Association) tiene uno internacional y tiene tres categorías: news audio slide show; Fisher reportaje, historias más profundas y deportes. Es difícil clasificar, pero sería noticias de cable o reportaje.

- Es el audio slideshow una evolución del fotorreportaje?

- En un reportaje tradicional al no haber sonido la foto no es tan bonita. Si hay un sonido de unas campanas. En ese aspecto el slideshow da más juego, más foto y jugar junto el audio con la foto. Tiene otros elementos como la musicalización: ciertas músicas tiene derecho de autor, no se debe hacer.

Al menos que sea creativo. Si es periodismo no se puede usar música del lugar donde estaba.

- ¿Cree que seguirá evolucionando este género?

- A nivel comercial no sé si llegará a ser algo masivo, el slideshow es muy útil para promover trabajo y mostrar historias en tres y cinco minutos. Se ha extendido a periódicos importantes. En español, el Últimas Noticias de Venezuela es el que resalta.

Para los fotógrafos hacer audio o editar sonidos. El cambio se está dando en que ya el fotógrafo tiene que ser multimedia. Tiene que saber de video, conocer cómo funciona el texto.

- ¿Cuánto debe durar un audio slideshow?

- Si la historia es muy buena, tiene buenas fotos y buen sonido, no hay norma. Lo ideal es de tres minutos hacia abajo. No hay norma. Hay historias que duran hasta 5 minutos. La historia más resumida es más bonita y llega más que dar muchas.

- ¿Es necesario un guión?

- Depende mucho del tiempo que tenga y lo que quiera hacer. Aunque en diarismo no se hace mucho. Si hay que hacer una planificación hago ciertos planos, hacer un guión eso está el límite de hacer cine. Si el periodista hace un guión de lo que quiere encontrar pierde su objetividad.

Lo mejor es llegar al lugar y esperar a ver que se consigue. No se debe hacer el guión de lo que quieres contar eso ya no es periodismo. La situación es la que dicta que es lo que tienes que fotografiar o grabar. Se debe planear el lugar o las personas que se deben entrevistar.

- ¿Qué recomendaciones puede hacer para producir audio slideshows?

- Cuidar los sonidos de fondo cuidado: con el estudio qué hay cuando se va a entrevistar a una persona. En Audio que la grabadora o el micrófono esté cerca de la persona que se está entrevistando. Fotos de un sonido tiene que darse cuenta de que se debe llevar foto de esos elementos. Es como todo, cada historia hay unas que son para sonidos, y juntos hacen buen paquete. El audio es muy delicado. Hay que hacer fotos

- ¿Cuál es la estructura del audio slideshow?

- Estructura: el slideshow hace que se edite de una foto diferente a como sería una foto. Puede influir en como estructuras slideshows. La historia esta sacada a partir del sonido. Es la clave del texto. Crear una estructura a partir del audio. El sonido da más capacidad para desarrollar historia. La foto es más intuitiva. Narrar una foto. Lo bonito que tiene es que se junta esos dos.

Fuentes Consultadas

Camus, Juan Carlos. **Tienes 5 segundos**. Edición digital. Chile. www.tienes5segundos.cl .

Díaz Noci, Javier. **Los géneros periodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología**. Ponencia presentada en el II congreso Iberoamericano de Periodismo digital. Santiago de Compostela, España. Consultado en diciembre 2009. <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/santiago04.pdf> .

Franco, Guillermo. **Cómo escribir para la Web**. Centro Knigth para Periodismo de las Américas de la Universidad de Texas, Austin. (2005)

Fuentes, Eulalia. **¿En periodismo también una imagen vale mas que mil palabras?** Recuperado en agosto, 21, 2005. Disponible en <http://www.hipertext.net/web/pag249.htm>
<http://200.2.12.132/SVI/images/stories/fotoperiodismo/pdf/fuentes.pdf>

Lorenzo, M y Tovar, E; (2005) **Desarrollo de la Sala Virtual de Investigación de Fotografía Venezolana**, Tesis de Grado, tutor: Caroline de Oteyza. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

Robledano, Arillo J. **Documentación fotográfica en medios de comunicación social**. Editorial edhasa. (Barcelona 1999).

Tortello, Miguel Ángel. **Nociones de Periodismo Digital**. Material de apoyo de la especialización de Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Caracas. (Mayo, 2009)

Salaverría, Ramón. **Redacción Periodísticas para internet**. Editorial Eunsa. España. (2006).

Pérez M., Milfri. **Manual de Estilo Multimedia de el Universal**. Caracas. (Febrero 2011).

Fuentes electrónicas

<http://www.analitica.com/va/sociedad/archivo/6179334.asp>

<http://inms.umn.edu/projects/elements.html>

<http://inms.umn.edu/elements/index.php>

<http://inms.umn.edu/assets/pdf/DiSELReport2008.pdf>

http://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_fotogr%C3%A1fico#Precisi.C3.B3n

<http://tallerdefotografo.blogspot.com/2007/10/gneros-fotoperiodsticos.html>

<http:// analisisgrafico.wordpress.com/2006/08/25/historia-de-la-fotografia-digital-%C2%BFdonde-inicia-rea/>

http://www.slideshare.net/chojaraba/guion-multimedia-1833463?src=related_normal&rel=807885

Entrevistas

Pérez M., Milfri. Coordinadora del departamento Multimedia del Diario El Universal. Caracas. Noviembre 2010.

González Iván. Coordinador de Fotografía de la Cadena Capriles. Caracas. Noviembre 2010.

Tortello, Miguel Ángel. Director departamento Multimedia de la Cadena Capriles. Caracas. Noviembre 2010.

Sánchez, Chico. Fotógrafo reconocido por sus trabajos multimedia (*Audio slideshow*). Vía Skype. Enero 2011.