



Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Comité de Estudios de Postgrado
Especialización de Periodismo Digital

Uso del lenguaje de crónica en los videos de El Universal

Trabajo Especial de Grado presentado para optar al título de Especialista
de Periodismo Digital

Autor (a): Gleybert Asencio
Tutor (a): Milfri Pérez M.

Caracas, diciembre de 2011

Caracas, 11 de enero de 2010

**Comité Académico de la Coordinación de Estudios de
Postgrado**

**Especialización en Periodismo Digital
Coordinación**

Presente

Por este medio le comunico que he revisado el anteproyecto titulado: *Uso del lenguaje de crónica en los videos de El Universal*. Que está presentando el alumno Gleybert Asencio, C.I. V-16.900.158, el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte de la Coordinación de la Especialización.

Se suscribe atentamente,

Milfri Pérez

C.I. _____

Dedicatoria

A mi familia por ser el pilar de mi vida.

*A mi esposa por apoyarme durante este largo camino recorrido y a
mi perra Mafalda por enseñarme a cultivar la paciencia.*

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora y jefa del departamento multimedia Milfri Pérez quien con paciencia me ha sabido llevar por este arduo camino académico.

A Juan Carlos Solorzano por abrirme los ojos en cuanto a trabajo documental se refiere.

Al Señor Allan Bernal, compañero de trabajo quien me acompañó a documentar mi proyecto en video para el desarrollo de este Trabajo Especial de Grado.

RESUMEN

La presente investigación busca elaborar un video basado en el género periodístico de la crónica hay que tener en cuenta la capacidad informativa de la pieza audiovisual, el objetivo de este tipo de trabajos es contar un hecho a través de los ojos de su protagonista. Su historia debe contar cada aspecto de la temática desarrollada. Darle un rostro a la noticia a través de la crónica complementa la información y afianza el tema en los usuarios y lectores de la nota en cuestión.

Se propuso como tema de estudio aplicar el formato de crónica a la realización de videos para El Universal, el auge de las tendencias digitales obliga a ver más allá de la simple concepción de un multimedia, su valoración ahora más que nunca se ha convertido en materia de debate en la palestra comunicacional, obligando a perfeccionar cada día más la técnica y producción de tales formatos.

Partiendo de esta premisa se hizo prioritario ubicar a los videos de El Universal bajo este formato, dada la necesidad que existe de contar historias de diferentes maneras a las ya utilizadas.

Palabras clave: crónica, video, edición, lenguaje narrativo, géneros periodísticos.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción	7
I. Planteamiento del problema	8
1.1 Enunciado del problema	8
1.2 Objetivo General.....	8
1.3 Objetivos Específicos.....	8
1.4 Justificación.....	8
II. Marco Teórico	10
Crónica.....	10
Video para internet.....	13
Capturar la información.....	17
Programas de edición audiovisual.....	20
Videos en el site de El Universal.....	23
Narrativa audiovisual.....	24
III. Marco Contextual	27
IV. Diseño Metodológico	32
V. Propuesta	35
VI. Conclusiones	38
VII. Recomendaciones	40
VIII. Fuentes consultadas	42
IX. Anexos	43

INTRODUCCIÓN

El auge de las tendencias digitales obliga a ver más allá de la simple concepción de un multimedia, su valoración ahora más que nunca se ha convertido en materia de debate en la palestra comunicacional. Obligando a perfeccionar cada día más la técnica y producción de tales formatos.

Justificar el uso del género periodístico de la crónica como lenguaje de narración al momento de concebir una pieza audiovisual para El Universal complementará la labor que se desarrolla en el novel Departamento Multimedia de El Universal.

En el presente Trabajo Especial de Grado se propondrá como tema de estudio aplicar el formato de crónica a la realización de videos para El Universal.

La crónica es un género periodístico que relata un acontecimiento pasado. Presenta relaciones particulares con respecto al acontecimiento que se narra. Siendo la crónica un género periodístico que entrega a los lectores una visión de la sociedad y la vida en el momento presente. El cronista debe nutrirse y alimentarse de los hechos, las situaciones, las vivencias, las experiencias, la investigación y el documento escrito.

Al elaborar un video basado en el género periodístico de la crónica hay que tener en cuenta la capacidad informativa de la pieza audiovisual, el objetivo de este tipo de trabajos es contar un hecho a través de los ojos de su protagonista. Su historia debe contar cada aspecto de la tematica desarrollada. Darle un rostro a la noticia a través de la crónica complementa la información y afianza el tema en los usuarios y lectores de la nota en cuestión.

Capítulo I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objetivos general

Aplicar el lenguaje de la crónica en la realización de videos para El Universal.

Objetivos específicos:

- Proponer con base a lo que señalan los autores en materia de edición de videos con enfoque periodístico, la metodología implementada para la elaboración de dichos trabajos.
- Documentar los pasos necesarios para la elaboración de la crónica como género periodístico.
- Definir los procedimientos técnicos al momento de realizar la edición de la pieza audiovisual.

Justificación del problema

El auge de las tendencias digitales obliga a ver más allá de la simple concepción de un multimedia, su valoración ahora más que nunca se ha convertido en materia de debate en la palestra comunicacional. Obligando a perfeccionar cada día más la técnica y producción de tales formatos.

La implementación de video en los sites informativos de Venezuela generan cada vez más mayor tráfico. En la actualidad, El Universal implementa estos formatos, integrándolos en su labor diaria informativa. De allí la motivación de realizar este trabajo, documentar y describir los diferentes lenguajes audiovisuales implementados en la realización de los videos con enfoque

periodístico que se ofrecen a los usuarios de El Universal en su versión digital.

Justificar el uso de diversos lenguajes de narración al momento de concebir una pieza audiovisual para El Universal, complementará la labor que se desarrolla en el novel departamento Multimedia de El Universal.

Capítulo II

MARCO TEORICO

2. Desarrollo del género crónica en formato de video para el Universal.com

2.1.1 Crónica

Cómo lo define (Atorresa, 1996) la crónica es un género periodístico que relata en la medida en que narra un acontecimiento pasado a partir de la representación de su desarrollo cronológico. Presenta relaciones particulares con respecto al acontecimiento que se narra, en primer lugar, la relación existente entre un acontecimiento y el relato que se hace de él; en segundo lugar, cada uno de los segmentos que pueden constituir dicho relato.

La estructura de la crónica se vuelve universal y así como relata un hecho, analiza desde la palabra escrita y emite un punto de vista, una guía de acción. Qué dices, como lo dices y para que lo dices. El poder de la palabra y de la representación visual del hecho. El hecho concreto y específico.

En ese sentido, una crónica es la fotografía de lo que ocurre en la vida de las personas y las comunidades, narrada de modo sencillo para que sea entendida y comprendida por todos. Esto permite desglosar la vida de la gente, con sus dichas y desdichas, alegrías y tristezas, fracasos y triunfos. Un relato social, antropológico y psicológico de las personas. (Atorresa, 1996).

Según (Atorresa, 1996) existen diversos tipos de crónicas tales como:

- Crónica épica: narración de acontecimientos de tipo histórico o legendario, que se refiere a batallas o guerras.
- Crónica costumbrista: su rasgo distintivo es la cronología totalmente realizada, con un tono picante en el texto, y en donde el diálogo casi siempre es irónico y de crítica social.
- Crónica noticiosa: da a conocer un hecho trascendente para uno o varios países. Esto hace presuponer la seriedad y confiabilidad que debe poseer quien la haga, ya que en general se trata de relatos para periódicos y revistas especializadas.
- Crónica literaria: un relato y con imaginación.
- Crónica autobiográfica: narración personal de la vida propia como proceso ordenado, en que se citan una lógica temporal, un relato de hechos y una versión de sucesos consumados.

Es necesario saber que una crónica se enlaza y añade, a veces, con la literatura, porque contiene valores estéticos y con el lado humano de las cosas y los hechos, porque cautiva vivamente al lector de la crónica.

En su contenido se dan tres elementos: la descripción del suceso, que incluye las emociones que provocan; y la reflexión y el punto de vista del cronista, por cuando es testigo directo, inmediato, presencial de los hechos.

Una crónica debe ser escrita de manera literaria de tal suerte que el lector pueda recrearse con su lectura. Claridad, sencillez, precisión y concisión serán claves en la redacción de la crónica. De los géneros periodísticos, la crónica está hecha por naturaleza para

el disfrute de la literatura de la palabra, del lenguaje y de los hechos.

Siendo la crónica un género periodístico que entrega a los lectores una visión de la sociedad y la vida; el cronista debe nutrirse y alimentarse de los hechos, las situaciones, las vivencias, las experiencias, la investigación y el documento. El relato hablado de las personas y del tiempo, en una crónica, la experiencia humana rige la estructura narrativa. De este modo, el cronista informa y reflexiona sobre la manera en que la familia, la escuela, la religión, política, ética y sociedad, mueven al personaje, de que manera la pasión y la reflexión del personaje definen la historia del hecho.

Como lo define la *Guía de Géneros* de El Universal, “*la nota de color o crónica, toma elementos de la noticia y el reportaje. Se distingue para favorecer al elemento noticioso, se encuentra a medio camino de la noticia y la interpretación porque permite exponer un punto de vista.* El autor debe explicar las interpretaciones que exprese y, construir su texto de modo que la información prime sobre la interpretación. Una característica indispensable en este género es la capacidad que posee para narrar anécdotas y curiosidades. (El Universal, 2000)

El análisis en este género, se caracteriza por el predominio de la interpretación dejando el hecho noticioso en segundo plano, la documentación y los antecedentes se convierten en los pilares de un análisis, siendo este el único capaz de visualizar las consciencias de algún hecho que esté sucediendo o que ya haya sucedido, midiendo también el impacto histórico que la noticia trajo consigo. Toda versión subjetiva debe razonarse. El análisis no establece una versión única de los hechos, esta misma expresa diferentes alternativas frente a la hipótesis de fondo, dándole oportunidad al lector de escoger. (El Universal, 2000)

2.1.2 Video para Internet

La tecnología y la narración han ido de la mano en el último siglo, un ejemplo claro de esto se encuentra en la historia de la televisión, desde su creación se buscó contar historias con esta nueva plataforma audiovisual, adaptando así la narrativa tradicional a un nuevo mundo de espectadores ávidos de nuevos contenidos.

Lo mismo ocurrió con la aparición del Internet, millones de usuarios vieron sus vidas interconectadas a través de una pantalla, texto e imagen cobraron suma importancia, por vez primera el hombre tuvo acceso a contenidos digitales, hipervínculos e imágenes que podían ser accedidos y disfrutados de una nueva manera, un simple clic en cualquier texto tenía el poder de emparentar a una imagen que te daba aún un mayor contexto, a esta reciprocidad se le denominó interactividad, indudablemente este término transformó para siempre la manera de contar alguna historia, como lo expresó (Navarro, 2006) en su libro Narrativa audiovisual.

Internet que podría catalogarse como una de las maravillas de la modernidad ha transformado la sociedad tal cual como se conoció, a tal punto que se han empleado nuevos adjetivos para definir lo que ahora se entiende por “Sociedad de la información”, que no es más que una definición ajustada a la actualidad en donde se da por sentado la importancia de la comunicación en la estructura que construye a esta entidad.

Todo esto ha traído consigo una revolución en los medios de producción informativos, estos lograron percatarse que es la misma audiencia quien marca la pauta de lo que quiere saber, llegando a su final aquella arcaica vía de informar a las masas, en donde unos

pocos decidían lo que la audiencia debía saber y como hacía para saberlo. Con la llegada de Internet un nuevo abanderado protagoniza los medios de comunicación. Las masas lograron despertar y son estas mismas las que deciden de ahora en adelante que es lo que quieren saber y cómo desean consumir esa información, para saciar esa sed de conocimiento.

Como lo definen (Pisani & Piotet, 2008) en su libro *La alquimia de las multitudes*, señalan que:

“los webactores -como se define a la audiencia-, se integran en una dinámica racional que les lleva a sentir como pesadas las construcciones jerárquicas de los medios tradicionales. Esto es aún más cierto, para los jóvenes que tienen una cultura propia de creación y de comunicación muy horizontal, y en la Web encuentran las herramientas y los sitios que les permiten organizar de manera distinta su consumo de noticias”.

Pero el asunto no se centra sólo en cómo consumen la información, sino que, cada vez más, los medios tradicionales están interesados en ser parte de esa cadena de producción de contenidos. De allí converge la decisión que muchos medios de comunicación se hayan abierto a la participación de la audiencia, solicitándoles contenidos en tiempo real como fotos, videos y sonidos; contenidos menos técnicos y de fácil consumo mediante los blogs. Una necesidad imperiosa que vino de la mano de nuevas técnicas y nuevos formatos narrativos aplicados a novedosas plataformas, obligan a moldear el mensaje según su destino.

Es aquí donde cobra suma importancia el aspecto audiovisual, el uso de imágenes y sonidos como nuevos canales

informativos que han sembrado la semilla en el nuevo lenguaje periodístico.

Estamos bombardeados, con imágenes diseñadas para comunicar mensajes, para informar, persuadir o captar nuestras emociones. Las imágenes de video se combinan para transmitir el mensaje deseado, al igual que las palabras se utilizan para crear frases, párrafos e historias. El video aporta el poder para comunicar con movimiento y sonido, se utiliza como un recurso rico en la web, proporcionando un nivel de realismo no posible con animación o imágenes estáticas, el video puede estimular emociones, transmitir mensajes, prestar instrucciones, demostrar técnicas y relatar experiencias. (Coorough & Shuman, 2006).

Sin embargo, la incorporación de este tipo de contenidos audiovisuales requiere de una planificación, el uso de los mismos exhorta una visión editorial amplia, de manera que se pueda jerarquizar el uso del video, buscando siempre el momento más apropiado, el tema más adecuado y si se determina que el uso de estos audiovisuales es la mejor forma de transmitir un concepto o conseguir el efecto deseado en el sitio Web.

Para incluir un video en un sitio Web multimedia, el tamaño del archivo debe ser lo suficientemente pequeño para poderse distribuir de forma eficaz. El tamaño del archivo también se puede reducir al experimentar con los diferentes formatos de archivo existentes para video y aplicando compresión. Es imprescindible, tener esto en cuenta siempre y cuando nuestro ancho de banda no sea el adecuado para la transmisión de un formato audiovisual.

Por estas razones, es pertinente delimitar los factores necesarios para la aplicación de estos contenidos audiovisuales en el sitio Web. El ancho de banda es un factor determinante en la

producción y distribución de videos en la Internet, ya que es esta, la responsable de medir la cantidad de datos que pueden fluir por un canal en una red, tanto para el usuario como para los productores de dichos formatos. Computadores potentes y grandes cantidades de almacenamiento son la base para el manejo adecuado de audiovisuales.

El tamaño promedio de archivo de video supera considerablemente el peso de cualquier tipo de formatos en texto o fotografías, por ende se recomienda disponer de una alta capacidad de almacenamiento. La velocidad de procesamiento de los equipos de edición también cumplen una pieza vital en el buen desarrollo del trabajo para la edición de video.

A su vez, Coorough & Shuman recomiendan que:

“Si el video es importante para su sitio, merece una dedicación especial, un buen diseño, buenos métodos de distribución de datos”, esto en referencia a los servidores diseñados exclusivamente para la distribución de contenido audiovisual en Internet, la velocidad de distribución de datos podría marcar la diferencia entre un usuario que ve una pieza audiovisual y otro que simplemente no puede esperar tanto para ver algún contenido que pudiera haberle interesado”. (Coorough & Shuman, 2006)

En cuanto a la duración de la pieza audiovisual, Juan Carlos Solórzano Videografo de la Cadena Capriles aconseja: “Es otro tema de discusión si el trabajo debe ser largo o corto, o cuantos

minutos debe durar. La premisa fundamental que se está manejando a nivel de entrenamiento de educación e incluso de resultados, es que si el contenido es bueno, la gente se queda a verlo, tienes que engancharlos.”

Los primeros segundos de la pieza audiovisual a desarrollar tienen que ser contundentes, valerte de un buen lenguaje audiovisual será de vital importancia para el desarrollo de la historia a contar.

“Engancha a tu público desde los primeros diez segundos, si tu contenido es bueno la gente lo va a ver y por mi experiencia de usuarios es así. Recordamos 25% de lo que vemos, 50% de lo que escuchamos y el 100% de lo que sentimos. Si tu logras que en dos ó tres minutos la gente sienta algo, van a recordar tu video”, afirma Solórzano.

Convertirse en un experto para mercadear los contenidos en línea que hemos desarrollado pasará a ser una de nuestras principales tareas. ¿Pero que hay que tener en cuenta para que tu video logre un buen posicionamiento?

Valerse de las poderosas herramientas que Internet ofrece podría ser de gran utilidad. Pues, no solo basta con crear un video, sino también optimizarlo para que sea visto por Google y a su vez, hay tres componentes a los que hay que considerar a la hora de subir tus videos, y son, el título, la descripción y palabras claves usadas al momento de etiquetar el contenido.

2.1.3 Capturar la información

La obtención de imágenes para el desarrollo de contenidos audiovisuales para la Web tiene dos vertientes, el video análogo y el video digital. Ambos son excelentes formatos para la recolección de

datos. Cuando hablamos de video análogo nos referimos a un formato que está totalmente alejado de la tecnología, se utiliza una cámara de cinta para la recolección de imágenes y sonidos, la información es almacenada en una cinta magnética y se necesitan programas decodificadores para importar la imagen obtenida y transformarla en datos, dicha transmisión se realiza en tiempo real, es decir, por cada minuto grabado se necesitará un minuto de captura.

La mayoría de este tipo de software tales como “Adobe Premiere”, “Final Cut Pro” y no menos importante el editor nativo de Microsoft el “Movie Maker” poseen la característica de captura de formatos analógicos. Un aspecto vital al momento de trabajar con video análogo es el formato de grabación, estos pueden ser solamente de dos maneras el llamado NTSC y PAL, el primero es el utilizado en el continente americano, y PAL es el estándar de video europeo. Ambos son incompatibles con los programas de edición si no están bien calibrados, un programa que esté predeterminado a trabajar una imagen en NTSC no podrá procesar la información de un video en PAL y viceversa.

Al entrar en el terreno del llamado video digital, se hace referencia a aquella imagen captada por dispositivos de video que almacenen dato en tarjetas de memoria extraíbles o memoria interna del equipo en cuestión, en este caso, una cámara digital. Estos formatos una vez extraídos de sus lugares de almacenamiento están listos para ser procesados. Se debe tener en cuenta el formato con el cual se capture la imagen y la compatibilidad del mismo con el programa que hayamos elegido para la edición de este material.

Los formatos de video digital poseen una amplia gama de extensiones y cada una de ellas contempla una función en

particular, el más frecuente de estos es el MP4, codificación de video optima para Internet, esta extensión posee características óptimas de audio e imagen que lo hacen un formato compatible con la transmisión y almacenamiento de video para la Web. Al analizar los factores que determinan la calidad del material audiovisual tenemos infinidad de factores, es de vital importancia poseer una buena iluminación, de no ser así la calidad de imagen se verá drásticamente afectada granulando la imagen y comprometiendo así el trabajo. El dispositivo de captura para el audio o micrófono también se considera el pilar de lo que sería un buen material audiovisual, estas unidades pueden ser de dos tipos: micrófonos externos y micrófonos integrados.

El índice de fotograma es otro aspecto a cuidar, cuando se hace mención al término fotogramas se busca orientar al usuario a un dato técnico que define a la cantidad de fotos por segundo que componen el video, la velocidad de la misma se recomienda sea utilizada en un intervalo de 30 cuadros por segundo (30 fps) -según Coorough & Shuman (2006) en su libro *Multimedia para la web-*, ya que esta velocidad es la que garantiza la fluidez en el movimiento de los elementos que componen la imagen en video. Se debe identificar el tamaño de resolución de la imagen capturada, los parámetros estándar en el video utilizados por la televisión y video para la web para grabación de imagen son 640 px 480 px y 720 x 480 px, este último se ha ido posicionando al ser más común el uso de pantallas panorámicas, las cuales ya están sustituyendo a la típica pantalla cuadrada. Estas medidas determinan el tamaño de la composición en video, entre mayor sea la cantidad de píxeles expresados en pantalla, más nítida será la imagen final visualizada.

2.2 Programas de edición audiovisual

Como lo define (Coorough & Shuman, 2006) la edición de vídeo es un proceso mediante el cual se elabora un trabajo audiovisual a partir de las imágenes obtenidas de un soporte (archivo, cinta, disco óptico) de vídeo, grabadas previamente. Para ello, se necesita reproducir la fuente y realizar un troceado de la misma. Una vez hecha la revisión de la fuente se seleccionan los fragmentos de vídeo y audio que formarán parte del montaje.

Los desarrolladores de video para la Internet poseen una amplia gama en cuanto a software de edición audiovisual se refiere, en la actualidad estos programas poseen la capacidad de digitalización de imágenes y sonido. Adobe, Avid, Microsoft y Apple son las cuatro compañías que por excelencia prefieren los editores de video profesionales y amateurs, como lo destaca (Coorough & Shuman, 2006). A continuación se procederá a describir el software de edición audiovisual de cada una de estas compañías.

- **Adobe**

Esta compañía ha proporcionado a consumidores y profesionales varias soluciones de software para editar y componer video para la web, estas herramientas permiten a diseñadores y desarrolladores contar historias con imágenes y sonido. Siendo Adobe Premiere su principal oferta para la edición de material audiovisual, permitiendo dar vida a ideas al combinar video, audio, animación e imágenes estáticas sin la necesidad de hardware de efectos especiales o costosos servicios de producción. Siendo ésta una aplicación en forma de estudio destinado a la edición de vídeo en tiempo real es parte de la familia Adobe Creative Suite, un conjunto de aplicaciones de diseño gráfico, edición de vídeo y desarrollo web.

Una razón por la que Adobe Premiere está bien posicionada en el mercado, es que está basado en una arquitectura abierta, lo cual quiere decir que fue diseñado para ser compatible con numerosos programas de software, extensiones y formatos de archivo, soportando todos los formatos de video digital y audio existentes en la actualidad.

Este programa es compatible con los sistemas operativos Mac y Windows, a continuación las especificaciones técnicas para el uso de Adobe Premiere en cualquier computador. (Fuente: información obtenida del site oficial de productos Adobe.

Otro programa de la familia de Adobe es Adobe After Effects. Es una aplicación en forma de estudio destinado para la creación o aplicación en una composición (realización de gráficos profesionales en movimiento) de efectos especiales y grafismo de video, que desde sus raíces han consistido básicamente en la superposición de imágenes. Así lo reseña (Coorough & Shuman, 2006)

Una de las principales fortalezas del programa es que existen una gran cantidad de plugins desarrollados por otras compañías que ayudan a aligerar las cargas de trabajo continuo y repetitivo en lo que a aplicación de efectos se refiere, su habilidad para manejar archivos de gráficos y video de distintos formatos y el hecho de que su interfaz le es muy familiar a muchos editores dedicados a la postproducción se convierte en una razón muy poderosa para utilizarlo. Este software esta dirigido a diseñadores gráficos, productores de vídeo y a profesionales en la multimedia.

Por ser de la misma compañía y compartir la misma estructura informática en su desarrollo, las especificaciones de su instalación son exactamente las mismas descritas para el software de Adobe Premiere.

- **Apple**

Esta empresa californiana ofrece su software de edición profesional Final Cut Pro tan solo para la plataforma Machintosh, propia de esta empresa. Los paquetes de video de Apple captan el espíritu creativo en consumidores profesionales.

Final Cut Pro es una aplicación de edición de video no lineal, utilizando herramientas interactivas y posibilidades infinitas de creación para efectos especiales. Su principal característica se basa en la edición con links magnéticos, gracias a esta virtud los problemas de sincronización entre audio y video son cosa del pasado. Posee una línea de tiempo principal en donde se irá vaciando toda la información, a su vez, dos pantallas secundarias que mostrarán el progreso de la edición y el aspecto del video en su versión final. Todo esto lo muestra en tiempo real, a cada cambio le precede una visualización distinta del producto final.

iMovie, otra opción de edición que ofrece Apple para el mercado amateur de edición el cual permite a los usuarios editar sus propias películas hechas en casa. iMovie toma el video crudo de las mayoría de las cámaras de video digitales (o de las analógicas con convertidor digital) y los carga en la Mac. Una vez hecho eso, iMovie puede editarlos, agregarles títulos y música. Predeterminadamente son incluidos efectos de corrección de color y herramientas de mejoras de video, así como también transiciones y efectos de presentaciones.

- **Avid**

Es un importante proveedor de herramientas digitales para audio y video. Este software ofrece varias herramientas potentes que se basan en una interfaz intuitiva fácil de utilizar. Posee dos versiones dirigidas a dos tipos de consumidores, Avid Xpress y Avid Media

Composer, para el público aficionado y el público profesional respectivamente.

- **Windows Movie Maker**

Es la respuesta de Microsoft a programas de edición amateur. Su formato nativo de archivo es el “wmv”. Contiene características tales como efectos, transiciones, títulos o créditos, pista de audio y narración cronológica, simple y práctico para video aficionados que deseen ver su material editado de manera rápida y sin tantas dificultades

2.3 Videos en el site de El Universal

Desde la incorporación de contenidos audiovisuales al Site de noticias de El Universal (www.eluniversal.com) se vio la imperiosa necesidad de crear un equipo de trabajo capaz de procesar este tipo de contenidos, nuevos para la plataforma de Eluniversal.com y es en el 2008, cuando surge el departamento de Multimedia de El Universal, un equipo de trabajo compuesto por periodistas con la capacidad de crear y procesar contenidos multimedia de alta calidad, videos, audios y presentaciones interactivas.

Por ser parte de un medio de comunicación estas publicaciones están sujetas a un tratamiento informativo que siga la misma línea editorial del periódico. Al hacer énfasis en el tratamiento informativo se tocará el terreno de lo editorial, el tratamiento informativo que da la pauta y forma parte de la imagen de El Universal como medio informativo, la cual es proyectada en sus diferentes plataformas, diferentes publicaciones con una identidad en común.

La transmisión de videos para El Universal se realiza a través del servidor de videos Brightcove compañía de servicios de contenidos en la nube, ofrece una familia de productos que permite publicar y distribuir medios digitales con calidad profesional en la red.

El material obtenido por los productores de contenido multimedia luego de ser procesado es subido al servidor de videos para ser almacenado y posteriormente publicado en los sites del Grupo El Universal.

2.4 Narrativa audiovisual

Cada vez son más rápidos y notables los avances técnicos, han abierto puertas a un nuevo mundo de narrativas, la idea de contar una historia ya no está atada a las maneras tradicionales de la escritura o el lenguaje hablado, nuevas plataformas han entrado en la palestra, como es el caso de las redes sociales Twitter y Facebook, correo electrónico, teléfonos móviles y con estos la evolución del Internet. La suma de todos estos factores ha logrado dar un empuje significativo en la concepción de contar algún hecho.

Ahora la sociedad se enfrenta a nuevos límites tecnológicos y culturales, y ¿por qué culturales? es válido preguntárselo, sin darse cuenta las nuevas generaciones son considerados nativos digitales, es decir, individuos totalmente adaptados a la implementación de las nuevas herramientas tecnológicas a sus vidas. No conciben la existencia de la vida misma sin la ínter conectividad que le brindan los nuevos avances comunicacionales. Cuentan sus vidas a través de mensajes en redes sociales y de manera instantánea con los seres que los rodean, en el pasado quedó el uso de la prensa escrita, con una rápida actualización en el microbloggin de Twitter

basta para estar al día en cuanto a los hechos noticiosos se trata. Inevitablemente la prensa tuvo que reaccionar a estos cambios, la evolución obligó a los medios tradicionales a presentarse en nuevas plataformas para así, estar al alcance de las nuevas generaciones. “La prensa bajo el régimen del Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia” (Fogel & Patiño, 2007). Tan revolucionaria como parezca, esta idea marca el antes y después de lo que conocemos como periodismo, esta nueva manera de consumir prensa es tan joven que carece de teoría, esta parte de la historia la estamos construyendo día tras día, siendo una constante, el cambio continuo. La omnipresencia del Internet ha obligado a acelerar el paso a todo aquel medio que se consideraba tradicional, los lectores, televidentes, escuchas y audiencia en general han evolucionado. Esta nueva estirpe de audiencias es más exigente y cada vez tiene menos tiempo para consumir información, una vorágine de cambios que apenas están comenzando. Por más truculento que suene el asunto, es algo común y constante en la humanidad, es este proceso evolutivo lo que diferencia a la raza humana del resto de los seres vivos de este planeta. Lo único constante es el cambio.

Las consecuencias de los avances tecnológicos no tardaron hacerse presente, la cotidianidad se vio afectada, como se mencionó con anterioridad, la tecnología revolucionó todo aquello que se considerara tradicional.

El diccionario de La Real Academia Española, consultado en línea, define el verbo narrar de la siguiente manera “contar, referir lo sucedido, o un hecho o una historia ficticios”. Pues bien, ya se logró dilucidar uno de los pilares de esta investigación, dando paso al siguiente punto. ¿Qué es el lenguaje narrativo? Es la manera elegida por el autor de algún relato para lograr presenta los hechos.

Para ahondar en este punto, es necesario relacionar ambos conceptos y buscar su aplicación en la era digital

Como lo define Juan Carlos Solórzano videógrafo de la Cadena Capriles al intentar responder a una definición acertada de lo que podría ser Narrativa audiovisual, señala que “narrar no es otra cosa que contar historias no es otra cosa que buscarte un personaje, una situación que de a entender un contexto macro”.

Y al preguntarle sobre ¿Dónde entra la narrativa en ese sentido? Explica que

“En EE.UU hay una tradición de contar las historias a través de las personas, que pasaría a ser el reportaje interpretativo a la crónica, como lo quieras llamar, normalmente asociaban un tema informativo que estaba en la palestra a un personaje en particular y esto a la hora de escribir te llevaba contar una noticia a través de la vivencia de un sujeto en particular. Eso es lo que ellos han llevado de muy buena manera al video en la Web, ellos de la misma forma asocian un tema informativo a una experiencia en particular que te haga ponerte en los zapatos de esa persona, más que tratar de contar un gran reportaje tipo TV con varias entrevistas con varios gráficos. Muy acertadamente tratan de puntualizar en una experiencia personal cualquier tema informativo.”

Capítulo III

MARCO CONTEXTUAL

El Universal, es una empresa del sector editorial, que tiene 102 años de existencia y desde sus inicios se ha caracterizado por una línea editorial conservadora e independiente.

Además uno de los rasgos más característicos de El Universal es su innovación en cuanto tecnología se trata, ya que siempre procura estar a la vanguardia del mercado y así ofrecerle a sus clientes y lectores productos nuevos y de calidad.

Desde hace tres años, es una marca multiplataforma que no abandona los valores de credibilidad, tradición, seguridad y confianza, El Universal pretende ser la referencia en cuanto a contenidos útiles y entretenidos. Es el líder entre aquellos que requieren de una información oportuna e inmediata para tomar las decisiones en su día a día.

El Universal no escapa a esta situación, y actualmente se encuentra desarrollando este tipo de formatos informativos, buscando innovar cada vez más el contenido y la forma de los contenidos multimedia audiovisuales que se ofrecen a los usuarios.

Desde la incorporación de contenidos audiovisuales al Site de noticias de El Universal (www.eluniversal.com) se vio la imperiosa necesidad de crear un equipo de trabajo capaz de procesar este tipo de contenidos, nuevos para la plataforma WEB y es en el 2008, cuando surge el departamento de Multimedia de El Universal, un equipo de trabajo compuesto por periodistas con la capacidad de crear y procesar contenidos multimedia de alta calidad, videos,

audios y presentaciones interactivas, y por ser parte de un medio de comunicación estas publicaciones están sujetas a un tratamiento informativo que siga la misma línea editorial del periódico.

Al hacer énfasis en el tratamiento informativo tocamos el terreno de lo editorial, el tratamiento informativo que da la pauta y forma parte de la imagen de El Universal como medio informativo, la cual es proyectada en sus diferentes plataformas, diferentes publicaciones con una identidad en común.

La noticia y la historia son la materia prima y la columna vertebral del periodismo que identifica a El Universal. Entre más integral y más exhaustivo sea su tratamiento es mejor para el lector, no basta con dar a conocer el hecho, es indispensable buscar el contexto. Un texto informativo debe explicarse en sí mismo de manera que el lector no necesite recordar los antecedentes. Cada noticia e historia debe ser escrita como una unidad informativa, siendo la noticia el género que precisa incluir todos los datos para facilitar la comprensión de los hechos al lector en el menor tiempo posible. (El Universal, 2000)

Condensar y aplicar cada uno de estos preceptos se convierte en la principal herramienta del equipo multimedia de El Universal. “Las imágenes de video se combinan para transmitir el mensaje deseado, igual que las palabras se utilizan para crear frases, párrafos e historias” (Coorough & Shuman, 2006). Al trabajar con este formato periodístico, es pertinente lograr la implementación de la pirámide invertida, una estructura que nos permite organizar la información de mayor a menor importancia respondiendo a, qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo, logrando mantener la

atención del usuario que consulte los contenidos audiovisuales y que estén expresados bajo la premisa de noticia.

Justificar el uso de diversas técnicas de edición al momento del montaje de dichos audiovisuales complementará de igual manera la labor que se desarrolla en el novel departamento Multimedia de El Universal, logrando pulir y rescatar procesos técnicos propios de la producción de dichos trabajos.

3.1 Filosofía de gestión

Visión

Alcanzar el liderazgo de audiencias de contenido en Venezuela, mediante productos innovadores, rentables y de alta calidad que ganen la lealtad de los clientes. Para ello se apoyaran en una sólida plataforma multimedia, que se impulse en la excelencia de la gente y su pasión por mejorar el entorno.

Valores

- ***Pasión por lo que hacemos.*** En EL UNIVERSAL se vive con el deseo vehemente de reflejar lo mejor de sí mismo. La gente asume su labor con dedicación, siempre quiere ir más allá de lo esperado. La pasión significa un apego sincero a la organización que se manifiesta en un sentimiento y actitud de disfrute ante los retos, el trabajo exigente y las normas establecidas. Todos los que forman parte del equipo de EL UNIVERSAL viven y hacen el trabajo con mística y energía, ya que están conscientes de que el éxito depende de la habilidad para anticipar y superar las expectativas de los clientes.
- ***Compromiso con la excelencia.*** Se comprometen a agregar valor en todo lo que hacen y cumplir o exceder los objetivos de la organización. Prestaran especial atención al diseño y aplicación de

las mejores prácticas de la industria. Respaldados en una cultura organizacional en la cual se valora el aprendizaje continuo y el cuestionamiento constructivo de las formas establecidas de actuar.

- ***El respeto y la verdad nos distingue.*** Están convencidos de que el éxito se logra estableciendo relaciones sólidas y duraderas, ha dependido de la capacidad para brindar honestidad y respeto a el público, clientes, proveedores y entre ellos mismos. En El Universal están comprometidos ante la sociedad y con los lectores en difundir la verdad de los hechos y la pluralidad de opiniones. Creen que es fundamental valorar las necesidades y opiniones de las personas con las que se relacionan, cumplir con los compromisos y deseando mostrar en todo momento la calidad humana, generar confianza, credibilidad y lealtad. De igual manera no tolera la descalificación profesional, ni el uso destructivo del poder como medidas para obtener ventajas personales.
- ***Desarrollo integral de nuestra gente.*** En EL UNIVERSAL se brinda el ambiente propicio y las condiciones necesarias para que todos encuentren la posibilidad de fortalecer las aptitudes, y lograr el equilibrio en los aspectos familiares, personales y profesionales. Las personas del equipo son de alto potencial, por tanto se comprometen a ofrecerles continua educación y actualización, facilitar la creatividad, innovación y desarrollo de la capacidad de aprendizaje. Es fundamental brindar la oportunidad para desempeñarse en diferentes áreas, premiar a quienes se destacan otorgándoles responsabilidades y retos cada vez más interesantes, ofrecer reconocimientos motivantes, oportunos y acordes con los resultados.
- ***Sentido de oportunidad.*** Son ágiles en emprender las labores requeridas para alcanzar los objetivos. Se concentran en planificar

y anticipar a fin de ser los primeros en satisfacer las necesidades de los clientes.

Fuente: Visión y Valores. Presentación El Universal. Junio 2002

Capítulo IV

Diseño Metodológico

En este capítulo se explica la metodología que se empleó para desarrollar el presente Trabajo Especial de Grado. Incluye aspectos relacionados con el tipo de investigación, las etapas y estrategias que se utilizaron para desarrollarla, así como los procedimientos para la recolección de datos de interés.

3.1 Tipo de investigación

Para este trabajo especial de grado, el tipo de investigación utilizada es de carácter factible, dentro de la realidad técnica del departamento Multimedia de El Universal. Según Holman Bustos Coral, un proyecto factible “es aquel que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”

A su vez este proyecto, está dentro de los lineamientos de contenidos informativos para medios de comunicación en Internet, Periodismo integrador hipertextual y multimedia.

2. Objetivo general

El objetivo general es aplicar el lenguaje narrativo de la crónica en la realización de piezas audiovisuales para El Universal.

2.1. Objetivos específicos

- Proponer, con base a lo que señalan los autores en materia de edición de videos con enfoque periodístico la metodología implementada para la elaboración de dichos trabajos.
- Documentar los pasos necesarios para la elaboración de la crónica como género periodístico
- Definir los procedimientos técnicos al momento de realizar la edición de la pieza audiovisual.

3.2 Estrategia de trabajo

Para la estrategia del proyecto, se escogió la temática a desarrollar para la elaboración del video crónica para El Universal. El área de interés seleccionada fue el arte urbano como medio de vida.

Para ello, se procedió a la escogencia de un personaje que se adecuara al propósito seleccionado, en este caso a José Gregorio, caraqueño padre de cuatro hijos, residenciado en el Junquito, quién llevando la música a los usuarios del transporte público consigue llevar el sustento a su familia.

El video se planificó en dos sesiones, la primera constaba de la recopilación audiovisual de su día de trabajo, siguiendo los pasos de José Gregorio en su entorno laboral, que consistió en abordar el transporte público logrando la documentación audiovisual de jornada.

En la segunda fase del trabajo, se procedió a desarrollar la entrevista y así obtener los datos que permitieron desarrollar la crónica en video.

3.3 Definir el contenido del video.

Se hizo especial énfasis en su vivencia laboral cotidiana. Se tomaron solo las partes de la entrevista en las que habló de su rutina, para acompañar este audio se recopilaron dos temas tocados en vivo por José Gregorio, música que acompañó el relato del video.

3.4 Edición del material audiovisual.

El tiempo total del material en bruto obtenido tuvo una duración de 20 minutos, esto incluía la entrevista principal a José Gregorio, el artista de la calle, y las tomas obtenidas de su presentación en una unidad de transporte público en su recorrido por la Avenida Urdaneta de Caracas.

El video final tuvo un tiempo límite de 3:15 minutos y fue editado en Final Cut Pro, programa de edición audiovisual profesional para computadores MAC.

Capítulo V

PROPUESTA

El presente Trabajo Especial de Grado tiene como propuesta aplicar el formato de crónica a la realización de videos para El Universal, con el auge de las tendencias digitales obliga a ver más allá de la simple concepción de un multimedia, su valoración ahora más que nunca se ha convertido en materia de debate en la palestra comunicacional. Obligando a perfeccionar cada día más la técnica y producción de tales formatos.

Desde la incorporación de contenidos audiovisuales al Site de noticias de El Universal (www.eluniversal.com) se vio la imperiosa necesidad de crear un equipo de trabajo capaz de procesar este tipo de contenidos, nuevos para la plataforma Web de El Universal y es allí en el 2008 cuando surge el departamento Multimedia de El Universal, un equipo de trabajo compuesto por periodistas con la capacidad de crear y procesar contenidos multimedia de alta calidad, videos, audios y presentaciones interactivas, y por ser parte de un medio de comunicación estas publicaciones están sujetas a un tratamiento informativo que siga la misma línea editorial del periódico.

Al hacer énfasis en el tratamiento informativo tocamos el terreno de lo editorial, el tratamiento informativo que da la pauta y forma parte de la imagen de El Universal como medio informativo, la cual es proyectada en sus diferentes plataformas, diferentes publicaciones con una identidad en común.

Para ello, lo primero que realizaremos es definir conceptualmente el proyecto destacando sus características principales y su impacto en la cadena de concepción del material audiovisual de El Universal, una sistematización, como bien lo

define el título de este proyecto que requiere conocer a detalle todos los procesos implicados en la elaboración de un video para el Site de El Universal. Desde el manejo básico de planos fotográficos, pasando por conceptos básicos de edición y el conocimiento de los géneros periodísticos y la forma de llevarlos según lo define el Manual de Géneros de El Universal.

Parte de esta identidad editorial está en la implementación del género crónica en la realización de la pieza audiovisual. Como lo justifica Juan Carlos Solórzano, “En EEUU hay una tradición de contar las historias a través de las personas, que pasaría a ser el reportaje interpretativo a la crónica, como lo quieras llamar, normalmente asociaban un tema informativo que estaba en la palestra a un personaje en particular y esto a la hora de escribir te llevaba contar una noticia a través de la vivencia de un sujeto en particular”

Partiendo de esta premisa se hace prioritario ubicar a los videos de El Universal bajo este formato, dada la necesidad que existe de contar historias de diferentes maneras a las ya utilizadas.

La duración total del video fue de 3:14 min, el hilo conductor usado para ensamblar la narrativa audiovisual de la pieza se utilizó el audio de José Gregorio. Solo se tomaron 3:00 min del audio total de la entrevista.

El criterio usado para la edición de la entrevista fue toda aquella información que diera pista de su día a día, se buscó que cada palabra expresada transmitiera la experiencia de José Gregorio desde el momento en que inicia su jornada laboral hasta que se retira a su hogar,

Visualmente se utilizaron planes generales que ubicaban a José Gregorio en su lugar de trabajo, el transporte público. Se hizo

gran énfasis en el entorno, en los planos utilizados se pueden apreciar a los pasajeros de la unidad de transporte, al protagonista del video tipo crónica y la manera en la que interactúan.

El uso de planos detalles también estuvo presente en la realización de la pieza audiovisual. La expresión en el rostro de José Gregorio al momento de hacer referencia de pasión musical es un claro ejemplo de la utilidad de este tipo de tomas, logran acercar el sentir del protagonista y conectarlo con la audiencia.

Se musicalizó con el sonido ambiente, propio del trabajo de José Gregorio, toda la música de fondo del video fue interpretada en diversas unidades de transporte público, solamente se les disminuyó el volumen para no sobreponer la narración del video y la música de fondo.

Capítulo VI

CONCLUSIONES

Al elaborar un video basado en el género periodístico de la crónica hay que tener en cuenta la capacidad informativa de la pieza audiovisual, el objetivo de este tipo de trabajos es contar un hecho a través de los ojos de su protagonista. Su historia debe contar cada aspecto de la tematica desarrollada. Darle un rostro a la noticia a través de la crónica complementa la información y afianza el tema en los usuarios y lectores de la nota en cuestión.

El contenido juega un papel primordial al momento de desarrollar este tipo de multimedia, la historia de José Gregorio proyectó una problemática actual, el desempleo y la pericia del venezolano al momento de buscar una salida a esta situación. Cada frase relata su día a día llevando al usuario a vivir esta experiencia en primera persona.

La planificación juega un papel clave al momento de concebir la pieza, muchos factores pueden determinar el éxito o el fracaso de la misma. ¿Dónde habita el sujeto, los horarios de trabajo, la posibilidad de grabar o no mientras desempeña su jornada?, ¿Qué equipos serán necesarios?, ¿Qué tipo de tomas se necesitarán para proyectar este formato periodístico en video?, ¿Las preguntas a realizar se adaptarán al estilo de narración seleccionado?. Muchas interrogantes que deberán ser respondidas antes de emprender la titánica labor de documentar este tipo de trabajo.

La medida al momento de estar en el campo de acción es de suma importancia, de nada sirve hacer una entrevista extensa al

personaje, si lo único que se podrá utilizar son solo unos pocos minutos de material para la realización de la pieza.

La duración de este tipo de videos vendrá limitado por el medio en el cual puedan ser publicados, en este caso el tiempo límite fue de 3:30 minutos, ya que así los establece el Manual de Estilo Multimedia de El Universal publicado por Milfri Pérez, jefa del departamento. Dichos lineamientos determinan y dan forma a todos los contenidos multimedia publicados en el Site de El Universal.

Los contenidos multimedia en Venezuela aún no son explotados en su totalidad, trabajos como este ofrecen una ventana a un mundo de posibilidades para el desarrollo de contenidos audiovisuales en los medios de comunicación locales.

Con este Trabajo Especial de Grado queda demostrado que realizar un video basado en el género de la crónica es viable, se logró proponer con base a lo que señalan los autores en materia de edición de videos con enfoque periodístico, la metodología implementada para la elaboración de dichos trabajos. Documentar los pasos necesarios para la elaboración de la crónica como género periodístico fue fundamental para sentar las bases en la realización del video basado en el género periodístico de la crónica.

RECOMENDACIONES

Al momento de trabajar este tipo de género periodístico en video se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

La cámara a usar deberá presentar un buen lente para captar la imagen de manera adecuada, en el desarrollo de este trabajo se vio la necesidad de usar un estabilizador digital, dado que la grabación se realizó en un medio en movimiento y esto puede dificultar la labor del periodista sino posee una cámara adecuada.

El uso de un micrófono unidireccional es vital al momento de grabar la entrevista en exteriores, esto limita la interferencia de ruido molesto en el audio del entrevistado.

Al momento de editar se recomienda organizar en carpetas las diferentes tomas. En una carpeta, se almacenaran los archivos de video que sólo correspondan a la entrevista del personaje, en otra colocar las tomas de apoyo y en una tercera carpeta guardar los recursos visuales que acompañan al trabajo tales como logos y presentaciones, esto en el caso de trabajar este tipo de géneros periodísticos para algún medio de comunicación con una identidad gráfica definida.

Un buen computador siempre es un gran aliado al momento de trabajar estas piezas audiovisuales, en la medida de lo posible se recomienda trabajar con una Memoria Ram igual o superior a 4GB y procesadores iguales o mayores a “Intel core duo” esto permitirá que el programa de edición a utilizar pueda correr sin problema alguno.

Además, de las herramientas técnicas también es importante considerar la planificación, ya que juega un papel clave al momento

de concebir la pieza, muchos factores pueden determinar el éxito o el fracaso de la misma.

FUENTES CONSULTADAS

Atorresa, Ana. *Los estudios semióticos El caso de la Crónica Periodística*. Buenos Aires. Ministerio de Cultura y Educación de la Nación. Argentina 1996.

Bustos Coral, H. D. *Herramientas para emprendedores. Proyectos factibles o proyectos viables*. Madrid, España 2003.

Coorough, Callen; Shuman, Jim. *Multimedia para la web*. Madrid. Ediciones Anaya multimedia. España 2006.

Fogel, Jean Francois; Patiño, Bruno. *La prensa sin Gutenberg*. Madrid. Punto de lectura. España 2007.

El Universal. *Guía de géneros*. Caracas. Venezuela 2000.

Navarro, Jordi Sánchez. *Narrativa audiovisual*. Barcelona. Editorial UOC. España 2006.

Pérez, Milfri. *Manual de Estilo multimedia para el Universal*. Caracas. El Universal. Venezuela 2010.

Pisani, Francis; Piotet, Dominique. *La alquimia de las multitudes*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. España 2008.

ANEXOS

Entrevista Juan Carlos Solórzano: Videografo Cadena Capriles

1. Define qué es la Narrativa Audiovisual

Sería muy difícil definir narrativa audiovisual, lo que hay que partir siempre es desde el punto de lo que quieres contar, quizás un concepto como tal no te lo podría ofrecer, de acuerdo a mi experiencia, que es básicamente de lo que te puedo hablar, en primer lugar hay que definir un par de cosas.

Primero, multimedia para nosotros no es lo mismo que el concepto de multimedia que se maneja en los EE.UU que son los precursores del periodismo digital. En Norteamérica, el término multimedia se asocia directamente a la realización de videos para la web de los periódicos y las grandes agencias noticiosas para Internet. Muchos de los fotógrafos comenzaron inicialmente haciendo audiogalerías, poniéndole sonido a sus fotografías y eventualmente haciendo videos. Si te diriges a un curso de periodismo multimedia te encontrarás a un fotógrafo dictando el curso, orientado a colegas que quieren dar el salto a video y cada vez menos es el uso de la fotografía.

En las primeras de cambio había por supuesto las audiogalerías, luego fotografías, sonido y la parte de la entrevista del sujeto en video. Eso te permitía a que de una manera verle la cara al entrevistado, utilizando de imágenes de apoyo las fotografías. Normalmente asociado en un archivo de video porque se editaba en Final Cut Pro, eso todavía funciona bastante bien, en determinados casos. Y luego la necesidad era hacer videos, de

alguna manera se pensaba que el dinero para el periodismo digital se encontraba en dicho formato, eso quizás no sea cierto.

Muchas compañías en EE.UU invirtieron en una gran operación de video y se han dado cuenta de que no les reporta más o menos usuarios.

Multimedia asociado a la realización de videos en paquetes informativos que si contienen fotografías, gráficos, textos, etc. Muchos de los fotógrafos que hicieron este salto pasaron a ser llamados productores de contenido multimedia, para nosotros multimedia es distinto. Lo vemos de la mano de una cantidad de herramientas que se pueden publicar por separado y eso de alguna manera ha sido denominado periodismo multimedia, yo no sé cual de los dos conceptos pudiera tener más sentido, creo que el hecho de que la mayor parte de los fotógrafos en EE.UU se hayan apropiado del término no se ajusta a nuestra realidad, para nosotros multimedia sería otra cosa, pasaría a ser el paquete informativo que lleva una cantidad de información en distintos formatos, ese concepto podría ajustarse más a nuestra realidad.

2. ¿Dónde entra la narrativa en ese sentido?

En EE.UU hay una tradición de contar las historias a través de las personas, que pasaría a ser el reportaje interpretativo a la crónica, como lo quieras llamar, normalmente asociaban un tema informativo que estaba en la palestra a un personaje en particular y esto a la hora de escribir te llevaba contar una noticia a través de la vivencia de un sujeto en particular. Eso es lo que ellos han llevado de muy buena manera al video en la Web, ellos de la misma forma asocian un tema informativo a una experiencia en particular que te haga ponerte en los zapatos de esa persona, más que tratar de contar un gran reportaje tipo TV con varias entrevistas con varios

gráficos. Muy acertadamente tratan de puntualizar en una experiencia personal cualquier tema informativo.

Contar historias no es otra cosa que buscarte un personaje, una situación que de a entender un contexto macro.

3. ¿Qué opinas de llevar la narrativa audiovisual al género entrevista en video?

No sé si este formato se ajuste al término de narrativa, la entrevista en la página web no termina siendo distinta al texto que se pueda publicar en una nota o al formato que nos ofrece la televisión. ¿Qué más voy a ver de esa persona?, ¿Por qué esa persona es relevante?. Si es una figura pública a mi me gustaría ver un poco más de su vida o de su contexto laboral, social, etc. Verlo sentado en cámara y hablando es perder el tiempo, para eso existen los formatos de audio, que fácilmente pueden ser colocados en una nota en la web.

Para este género, la entrevista informativa, no recomiendo video, sobre todo si vas a hacer preguntas respuestas, el video debería quedar para contextualizar, para ponerle caras a las informaciones y a las situaciones.

Normalmente es muy difícil sintetizar toda una entrevista en tres minutos, porque si vas a hablar de un mismo tema y le vas a hacer veinte preguntas, cual de esas preguntas que yo pueda escribir tranquilamente en el espacio que me han dado en el periódico y decido qué pongo, en cambio, en video, no le puedo cortar la voz al sujeto y lograr que el entrevistado hable fluido, ¿cómo tapo esos cortes?

4. ¿Cuál es la duración de un video para la web?

Es otro tema de discusión si el trabajo debe ser largo o corto, o de cuantos minutos debe durar. La premisa fundamental que se está manejando a nivel de entrenamiento de educación e incluso de resultados, es que si el contenido es bueno, la gente se queda a verlo, tienes que engancharlos. Los primeros segundos de tu pieza tienen que ser contundentes, mucha gente dice voy a reservar lo mejor para la última parte, pero resulta que si tu trabajo tiene una duración de cuatro minutos y el primer minuto es aburrido, nadie va a llegar al cuarto minuto.

Engancha a tu público desde los primeros diez segundos, si tu contenido es bueno la gente lo va a ver y creo por mi experiencia de usuarios que es así.

Recuerda algo, recordamos 25% de lo que vemos, recordamos 50% de lo que escuchamos y recordamos el 100% de lo que sentimos. Si tu logras que en dos tres minutos la gente sienta algo, van a recordar tu video.

No nos enseñaron a involucrarnos con las historia. Para la web funcionan géneros más elaborados como el reportaje, la crónica, que es donde realmente hay potencial, siendo la entrevista un género audiovisual que ofrece mucho menos al usuario.

