

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Visual Journalism: formatos artísticos-periodísticos para
hacer periodismo. Un estudio del periodismo visual en el
Ecuador**

Proyecto de Investigación

Bernarda Carmina Carranza Miranda

Periodismo Multimedios

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Periodismo Multimedios

Quito, 17 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Visual Journalism: formatos artísticos-periodísticos para hacer periodismo.
Un estudio del periodismo visual en el Ecuador**

Bernarda Carranza

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Paúl Mena Erazo, M.A.

Firma del profesor

Quito, 17 de diciembre de 2015

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

Nombres y apellidos:

Bernarda Carmina Carranza Miranda

Código:

00107611

Cédula de Identidad:

1720366804

Lugar y fecha:

Quito, diciembre de 2015

DEDICATORIA

A mi madre por ser la persona que más admiro.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de titulación no hubiese sido posible sin el apoyo constante e incondicional de mi familia: mis tías, mi hermano, mis abuelos y mi madre.

Agradezco de igual manera a todas las personas que fueron parte de este proyecto, que me abrieron sus puertas y me contaron sus historias. Especialmente a María del Carmen y Daniella, mujeres fuertes y luchadoras a quienes admiro inmensamente.

Agradezco a Luis Valverde, Nichole Fiorentino y Vinicio Reyes por toda su ayuda y su apoyo, porque sin su talento nada de esto hubiese sido posible.

A mis amigas Gabriela Coba y Macarena Roggiero, quienes estuvieron siempre presentes y dispuestas a responder mis dudas, y a Thalía Noboa quien ha caminado (y bailado) junto a mí durante estos cuatro años.

Y finalmente, agradezco a la Caye y a la Vicky porque a pesar de todas las largas e interminables noches nunca se apartaron de mi lado.

RESUMEN

El periodismo está en tiempos de constante evolución. En una época donde la inmediatez de la noticia no llega siempre a través de los medios tradicionales de comunicación, el rol del periodista ya no es el mismo de antes. Ya no se limita netamente a informar de la manera más rápida posible por medio de la prensa, la radio o la televisión, sino que debe también adquirir nuevas habilidades y nuevas plataformas para lograr cautivar a su audiencia. El periodismo visual surge como una rama de la profesión en el cual el contenido artístico e informativo es igual de importante.

Es por ello que este trabajo de titulación analiza primeramente la calidad de periodismo visual en el Ecuador, enfocándose en las plataformas web de medios nacionales como: El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Tras incurrir en la investigación y monitoreo de estos medios y evidenciar una falta de calidad en los productos periodísticos visuales, se realizaron dos productos de periodismo visual: un documental y una página web. Los reportajes se enfocan en historias humanas que reflejan problemáticas y realidades del país.

Pal

Palabras clave: periodismo visual, multimedia, artístico-periodístico, medios, comunicación, periodismo.

.

ABSTRACT

Journalism is evolving. The role of a journalist is not the same as it used to be, at a time when the immediacy of the news is not always delivered through traditional media. A journalist is no longer asked solely to inform as quickly as possible through the outlets like the press, radio or television, but they must also acquire new skills and platforms in order to captivate their audience. Visual journalism emerges as a branch of this profession in which the artistic and informative content is equally important.

Therefore, this paper analyzes the quality of visual journalism in Ecuador, focusing on national media web platforms such as: El Comercio, El Universo and El Telégrafo. After conducting the research and monitoring of the media, a lack of high quality in visual journalism products was evident. As a result, two journalistic works were made: a documentary and a website. The main focus was human interest stories that reflected problems and realities of the country.

Keywords: visual journalism, artistic, journalism, media, communication, journalism

TABLA DE CONTENIDO

VISUAL JOURNALISM: formatos artísticos-periodísticos para hacer periodismo. Un estudio del periodismo visual en el Ecuador

Resumen de la investigación.....	10
Investigation abstract	Error! Bookmark not defined.1
Introducción	12
Marco conceptual	15
Revolución tecnológica	15
La belleza y el arte en el periodismo.....	17
Lo visual versus lo tradicional.....	18
Análisis crítico.....	21
Discusión	34
Conclusiones y recomendaciones.....	35
Referencias bibliográficas	38

DOCUMENTAL: Un día a la vez

Resumen	41
Guión	42

PÁGINA WEB: MIRADAS

Resumen	48
Imágenes de página web	49

ANEXOS

ANEXO 1: FOTO AL JAZEERA	56
ANEXO 2: MONITOREO MARCHA DE LAS PUTAS.....	56
ANEXO 3: MONITOREO MARCHAS 19-M	57
ANEXO 4: MONITOREO #YOTENGODERECHOADONAR	57
ANEXO 5: MONITOREO 5 AÑOS FORAJIDOS.....	58
ANEXO 6: MONITOREO CONCIERTO KISS EN QUITO	58
ANEXO 7: MONITOREO TERREMOTO EN NEPAL	59
ANEXO 8: DOCUMENTAL: Un día a la vez	(DVD)

**VISUAL JOURNALISM: FORMATOS ARTÍSTICOS-
PERIODÍSTICOS PARA HACER PERIODISMO. UN ESTUDIO DEL
PERIODISMO VISUAL EN EL ECUADOR**

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN

Este *paper* académico es un estudio sobre la calidad de periodismo visual que existe en el Ecuador, específicamente en la plataforma web de tres medios nacionales: El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Se entiende al periodismo visual como el uso de formatos visuales y multimedia como la animación, gráficos, fotografías, videos e ilustraciones de alta calidad artística e informativa para contar historias periodísticas. Se analizó el tratamiento de esta rama del periodismo en base a cinco temáticas: marchas/protestas, historias humanas, especiales, eventos culturales y noticias de impacto internacional. A través de un monitoreo de medios, se analizó la calidad de la cobertura visual en los medios nacionales de cinco historias con estas temáticas. Se usó como referencia productos de periodismo visual cubiertos por grandes medios internacionales para hacer una comparación con la calidad de los productos ecuatorianos.

En esta investigación se pudo evidenciar que hay un intento por generar contenido multimedia y visual en los medios ecuatorianos, sin embargo, a diferencia de los medios internacionales, su trabajo y calidad artística aún están en una etapa inicial. El contenido visual que se incluye en las notas digitales todavía ocupan un segundo plano, y están presentes como un complemento al texto, más no como un eje principal.

Palabras clave: periodismo visual, multimedia, artístico-periodístico, animación, video, foto-reportaje, nuevos formatos, medios de comunicación.

INVESTIGATION ABSTRACT

This academic paper is a study on the quality of visual journalism in Ecuador, specifically in the websites of three national media outlets: El Comercio, El Universo and El Telégrafo. Visual journalism is understood as the use of visual and multimedia formats such as animation, graphics, photographs, videos and illustrations of high artistic and informative value to tell journalistic stories. This study analyzed how five themes in particular were covered: protests, human interest stories, cultural events and latest international news. The quality of visual coverage in national media was analyzed based on five stories with these themes through media monitoring. Visual journalism works covered by major international media were used as a reference to make a comparison with the quality of Ecuadorian journalistic works.

This research made evident that there is an attempt to generate visual and multimedia content in Ecuadorian media, however, unlike international media, the artistic quality of the works are still at an early stage. Visual content included in their stories are present as a complement to the text, but not as a main focus.

Palabras clave: visual journalism, multimedia, artistic-journalistic content, animation, video, photojournalism, new formats, media outlets

INTRODUCCIÓN

Este paper académico analizará cinco temáticas (marchas/protestas, historias humanas, especiales, eventos culturales y noticias internacionales), que han sido cubiertas en las plataformas digitales de prensa escrita, por medios tradicionales y conocidos en el país (El Comercio, El Universo y El Telégrafo). El estudio abarca el último año y las temáticas han sido escogidas debido a la relevancia que han tenido para el Ecuador. Posteriormente, cuestionará la posibilidad de una mejor entrega como producto periodístico a través de formatos multimedia como la fotografía, el video artístico-periodístico y la animación. La investigación se ha delimitado a estos medios tradicionales de prensa escrita porque son medios de comunicación destacados del país, tienen plataformas web y llegan a una mayor audiencia. Por ende, obtienen mayores ingresos económicos, por lo que potencialmente podrían incorporar productos de alta calidad y producción de periodismo visual.

Esta investigación destaca la importancia en la implementación de formatos visuales de alta calidad, debido a la evolución del periodismo en los últimos años y la rápida expansión de la tecnología. El público ya no consume noticias netamente de medios tradicionales como el periódico, la televisión y/o radio. Ahora, el internet no solo ha facilitado la búsqueda de noticias sino que también ha dirigido a la audiencia hacia la web. Muchos medios de prensa escrita reconocidos internacionalmente como *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Miami Herald*, *Time*, *Al Jazeera* y *Newsweek* han sufrido desde el 2008, recortes de personal por déficit en su presupuesto. Los periódicos y revistas han perdido audiencia. “A principios de marzo, la empresa editorial *McClatchy Company*, propietaria de 30 diarios, entre ellos el *Miami Herald*, anunció que proyecta eliminar 1.600 puestos de trabajo, equivalentes al 15% de su fuerza laboral” (Hayes, 2009).

Actualmente, resulta raro encontrar medios de comunicación que no tengan a su vez un formato digital. Al estar en una plataforma web esta información se vuelve accesible para una mayor audiencia. Según Joaquín Estefanía (2005) “las audiencias se han hecho más participativas –ayudadas por la democratización del fenómeno de Internet-, menos pasivas y mucho más inconformistas”. Lo cual conlleva a que la audiencia esté buscando constantemente nuevas formas de consumir información. Un formato monótono y anticuado no mantiene al público enganchado.

Según Ismar Sánchez (2006):

En las últimas décadas se ha ido gestando a escala mundial una cultura eminentemente visual, impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet. Esta situación ha impuesto verdaderos desafíos al periodismo, el cual se ha visto condicionado por la presencia de una sociedad inundada de imágenes y con un público con renovados hábitos lectores caracterizado por una lectura veloz y fragmentada.

La sociedad está bombardeada de imágenes, lo visual es lo que capta la atención de la gente y el arte logra provocar un sentimiento. Es importante destacar, dentro de lo que dice Sánchez, que cada vez más la audiencia torna hacia una lectura más atractiva, y sugiere que son las imágenes que predominan en el impacto que causa en el público. Es por eso que se necesita un lenguaje visual (fotografías, videos, gráficos y diseños) para entregar productos periodísticos. Esto ya se da dentro del oficio, la prensa escrita incorpora fotografías, los reportajes de televisión se basan en las imágenes que proyectan y las plataformas digitales de medios de comunicación, por lo general, implementan formatos multimedia. Sin embargo, ¿Hasta qué punto estas imágenes ocupan un primer plano en la entrega del producto periodístico? ¿Se les da suficiente trabajo y esfuerzo estético y artístico?

Esta investigación plantea la posibilidad de que, el utilizar estos productos periodísticos visuales (fotografía, video y animación) de alta calidad y nivel artístico, puede

potenciar los medios tradicionales ecuatorianos alentando el interés de una vasta audiencia, especialmente jóvenes y ante todo, se sugiere que al explotar estos nuevos formatos se puede generar un mejor contenido periodístico.

MARCO CONCEPTUAL

El periodismo visual es una rama especializada dentro del oficio periodístico altamente explotada por las nuevas tecnologías hoy en día. Según Peltzer (1991), el periodismo visual es correspondiente con el lenguaje no lingüístico que a su vez tiene un lenguaje periodístico en su difusión. Este mismo autor define al lenguaje periodístico como la “utilización eficaz en la transmisión de mensajes de actualidad a través de los medios de comunicación social.” Por ende, para que un producto visual sea considerado “periodístico” debe difundir mensajes de actualidad a través de algún medio masivo de comunicación.

Asimismo, los productos de diseño gráfico, fotografías, animaciones, iconografías, infografías, visualización de datos, videos, cómics, etc. (Peltzer, 1991) se encuentran dentro de esta rama periodística siempre y cuando se busque contar una historia al público con un lenguaje “periodístico”.

En todo caso, se entiende al periodismo visual como el uso de formatos visuales y multimedia como la animación, gráficos, fotografías, videos e ilustraciones de alta calidad artística e informativa para entregar productos periodísticos.

Revolución tecnológica

Se podría decir que esta especialización se ha posicionado como una rama esencial del periodismo desde los años noventa (López, 2009) con el auge del Internet y nuevos formatos para contar una historia. Sin embargo, el periodismo visual en realidad ha estado posicionado

en nuestra sociedad desde mucho antes. Barnhurst (1998) argumenta que los artistas de culturas antiguas son los que inventaron el periodismo:

En el tiempo de los romanos, llevaron en las procesiones triunfales unas pinturas que transmitieron en forma visual los informes de las batallas exitosas. Después copiaron las escenas de estas pinturas en los muros públicos y en los arcos triunfales como esculturas. Es presumiblemente así que una pintura periodística se encuentra en una pared de Pompeya...Es posible que muchos de los romanos supieron del suceso debido a estas imágenes. De esta manera, la pintura fue el primer periódico.

Incluso antes de la revolución tecnológica, en los años sesenta, se empezó a incorporar elementos gráficos y altamente visuales en revistas ilustradas. La importancia a la esteticidad de una noticia empezó a ser tomada en cuenta como estrategia de venta (Ulanovsky, 2011). El periodismo visual se utilizó en periódicos, donde el diseño, la fotografía y color tenían más peso para generar más interés de parte del público. Pero el problema era que “siempre fue considerado más como un arte decorativo, o como mero complemento de la información textual que como información en sí misma” (Peltzer, 1991).

Para López (2009), esta especialización tuvo un impacto por su “formato de lectura rápida”. El periodismo que sigue estos principios de arte o diseño “trocea” la información para fragmentar a los textos. Hoy en día, lo preciso y conciso es más digerible que una lectura larga (López, 2009). Sin embargo, López ignora el valor del periodismo visual como eje principal. El autor lo que hace es destacar la función complementaria que la especialización puede proveer.

Por otro lado, Peltzer (1991) no concuerda con López ya que encuentra importancia tanto en lo visual como en la prensa escrita:

Desde el ángulo puramente periodístico, siempre lo visual ha sido verdadera información (...) El buen diseño de la información, la claridad que puede agregar a una noticia o historia se traducción visual, en la

que se incluye hasta la misma diagramación de lo textual, constituye, sin lugar a dudas, mejor periodismo y mejor información, cualquiera que sea el medio.

El autor aquí destaca que lo visual no es netamente un “arte decorativo”, como lo planteaba Peltzer, sino que puede aportar a la noticia para crear un producto periodístico completo y de alta calidad.

La belleza y el arte en el periodismo

Por otro lado, el periodismo ha sido desasociado del arte ya que, por definición, el oficio se aleja de la subjetividad y busca encontrar la “verdad”. Sin embargo, Peltzer (1991) afirma que “en periodismo es posible crear, crear belleza, y crear belleza en libertad, utilizando los lenguajes propios de la comunicación pública.” Con el apropiado uso, la esteticidad dentro del periodismo puede ser posible.

Incluso, si se recuerda, Barnhurst (1998) explica que el periodismo nació con el arte y el uso de dibujos en culturas antiguas para contar hechos noticiosos. Adicionalmente, dentro del arte se puede encontrar conceptos similares al periodismo. Según Barnhurst (1998):

El arte del siglo veinte demuestra claramente dos conceptos que son de suma importancia para los periodistas. El primero es que las formas de la noticia, inclusive las columnas de texto y los titulares tipográficos, constituyen imágenes visuales. El segundo es que éstas comunican un mensaje emotivo mediante la vista. Si las palabras tipográficas en el periódico son imágenes visuales que vehiculizan un contenido al lector, entonces el editor debe preocuparse no sólo por la forma simbólica -es decir, del contenido de las palabras- sino también por la forma física, es decir, que las imágenes hechas de la tipografía junto con las fotos y gráficos. El editor debe encargarse del mensaje, ya sea éste verbal o visual.

Peltzer (1991) agrega que “aunque prive la información, no se puede soslayar lo artístico; se puede y se debe tender a la belleza de las formas en la confección de los mensajes informativos visuales.” Al igual que Barnhurst, este autor destaca la importancia de una alta calidad artística en un producto de periodismo visual porque se está emitiendo un mensaje tanto dentro de la noticia como con las imágenes. Por ejemplo, si el producto periodístico es un video, la audiencia se verá afectada tanto por la entrevista y la información que contiene el video como por las imágenes y los planos que el periodista decide utilizar. Por ende, ambos factores son importantes y no deben ser obviados. Esto se logra con “conocimiento” (Peltzer, 1991) acerca del manejo de los formatos multimedia no solo con conocimiento de la información.

Lo visual versus lo tradicional

La prensa diaria ha ido experimentando un constante cambio tecnológico desde los años 50 (Albornoz, 2007). Dado a esto, se han dado transformaciones en diferentes medios de comunicación que han tenido que mantenerse al frente de estos cambios. La realidad del periodismo de ahora es digital. Los periódicos impresos cada vez son menos solicitados ya que el internet ha logrado que su alcance sea más rápido y masivo. Este cambio hacia las plataformas digitales también representa un cambio al contenido. Según López (2009), “el avance del periodismo digital está planteando ya la necesidad de encontrar nuevas fórmulas narrativas y formales específicas para cada medio que no estén tan estrechamente ligadas a los diarios impresos como hasta ahora lo han estado.”

Albornoz (2007), concuerda con López ya que plantea la idea de que esta revolución tecnológica en los medios de comunicación ha impulsado una búsqueda de un nuevo producto periodístico no solo tecnológico sino conceptual. Es por eso que los periódicos online están

explotando las posibilidades que brinda este “nuevo soporte”. Según Arcadio (2009), la respuesta no se encuentra dentro de las herramientas previamente empleadas porque la solución “no es un artículo, ni una noticia, ni una sección, ni una oficina, un periódico o un programa. Debemos usar las nuevas herramientas que tenemos a nuestra disposición y crear nuevas estructuras para cubrir las noticias e informarnos unos a otros.”

Pero esto no es decir que el periodismo antiguo no tiene valor. El lenguaje visual de por sí solo no es periodístico. Lo que le ha ayudado a que aporte a este oficio es la distinción de la importancia que tiene lo visual para captar la atención del público y a partir de esto utilizarlo con un lenguaje periodístico. Según Peltzer (1991):

La digitalización ha permitido el uso generalizado, por parte de la prensa, del lenguaje visual. Ha convertido en periodístico el viejo y moderno lenguaje de los signos no lingüísticos revolución gráfica en los periódicos: la digitalización y el uso mismo que la prensa ha hecho del lenguaje visual. Pero el uso mencionado solo fue posible gracias a las características típicas del lenguaje periodístico que la digitalización dio a los mensajes visuales.

Si bien Peltzer (1991) afirma que “no todas las formas de comunicación visual no lingüística o iconográfica, sean o no lenguajes, son aptas para la comunicación periodística”. Es el rol del periodista determinar cuáles historias se prestan para una comunicación visual, ya sea por su naturaleza o contenido.

Según Vite (2002):

A través de las formas que percibimos nos es transmitida información. Este regreso a la forma no implica negar la importancia del contenido. Por el contrario, un adecuado conocimiento de la alfabetidad visual nos permitirá aprovechar las virtudes de la información que circula a través de la percepción visual para enriquecer el contenido. Y es que en la comunicación visual el contenido nunca está separado de la forma.

Como Vite y otros autores mencionan hay gran potencial cuando se trabaja en conjunto. Se puede llegar a una entrega periodística completa y de alta calidad cuando se implementa también nuevas herramientas visuales y de formato multimedia.

Albornoz (2007) destaca que “en la era digital, con la abundante y diversa información que reciben a diario, las editoras tienen la oportunidad de ser exitosas satisfaciendo el *unique mix of interests* de cada individuo”. Es decir que la *multimedialidad* da paso a una variedad de información y formatos que complacen los diferentes intereses de la audiencia. Si bien ciertas historias se prestan para ser representadas a través de imágenes o infografías, otras aportan más a través de un video o un texto.

Sin embargo, Peltzer destaca que el rol de los medios de comunicación que son considerados “masivos” justamente porque tienen una “necesidad” de llegar al mayor número de gente posible y su mensaje debe ser actual. Por ende, el deber de los medios y periodistas es emitir la información de una manera que sea contemporánea y que llegue a una gran audiencia, si es un formato obsoleto o poco llamativo el mensaje no se transmitirá.

Ecuador tiene desde junio del 2014, 12.116.687 usuarios de Internet (World Internet Stats). Es evidente que la gran parte de la población se relaciona con el contenido digital y su demanda es en esta plataforma.

ANÁLISIS CRÍTICO

A continuación, una comparación entre productos de periodismo visual en medios internacionales y los resultados del monitoreo de medios en base a las cinco temáticas: protestas/marchas, historias humanas, especiales, eventos culturales y espectáculos y noticias internacionales. Se analizó el uso de elementos multimedia (infografía, mapa interactivo, línea de tiempo, fotografía, video y animación), elementos periodísticos (actualidad, brevedad, relevancia social y el uso de un texto) y finalmente, la calidad del contenido (entretenido, calidad del producto multimedia, creativo y expresivo).

1. Protestas/Marchas

Al Jazeera es uno de los canales de noticia más importantes del mundo y el principal canal de noticias del mundo árabe. Dentro de su portal web tiene varias secciones dedicadas a formatos multimedia. El tema de las protestas sociales o marchas sindicalistas se ha cubierto ampliamente dentro de su portal.

Según López (2009):

...quienes indican que la fotonoticia consiste en una o varias fotografías que registran un suceso importante en su culminación o en el momento de su desenlace y que van acompañadas por un comentario breve. Y añaden que este tipo de material debe ser, primero, socialmente significativo; segundo, representar un tema de actualidad que no haya llegado todavía a los públicos masivos; y tercero, debe ser lacónico y expresivo como sea posible (Ibíd.:45).

Con estos parámetros, se tomará como referente la cobertura fotográfica de las protestas de Ferguson en Estados Unidos publicada el 27 de noviembre del 2014. El 9 de agosto del 2014 Michael Brown, un joven desarmado de raza negra murió tras ser disparado por el policía (blanco), Darren Wilson. El evento desencadenó un debate acerca del racismo en Estados Unidos. Tres meses después, el 25 de noviembre del 2014, la Fiscalía anunció el dictamen del gran jurado de no presentar cargos contra Wilson por falta de pruebas (Faus, 2014). El foto-reportaje de Al Jazeera destaca la violencia que se desató tras las protestas después del dictamen final.

La nota incluye un texto breve que contextualiza las fotografías e incluye datos periodísticos acerca del evento pero el enfoque principal yace en lo visual. Las imágenes contienen una cualidad artística. Las fotos han sido tomadas en la noche pero aún así hay una presencia importante de la luz. En planos cercanos, los rostros están iluminados un lado y, el otro, opacados por una sombra. Hay también un juego con las luces provenientes de la calle y de los carros de la policía. Por ende, en algunas imágenes hay una abundancia de color rojo o azul. Es importante destacar el poder del lenguaje no verbal de las imágenes ya que cada una está comunicando algo distinto. Adicionalmente, cada imagen tiene un pie de foto.

Una de las imágenes que más resalta es la de un hombre de raza negra fotografiado en un plano medio. A sus espaldas se ve el reflejo de las luces y las personas protestando desenfocadas, mientras que él completamente enfocado y con un reflejo de luz que resalta su lado derecho del rostro está usando una nariz de cerdo falsa y escrito con un marcador negro el nombre: "Darren Wilson". Sus manos descubren su saco y muestra con una señal de orgullo su camiseta negra con la frase en blanco: *FUCK the POLICE (Ver ANEXO 1)*. En cuanto a la coyuntura ecuatoriana se analizó el caso de dos marchas en el mes de marzo que tuvieron importancia en el país, la Marcha de las Putas y la marcha 19M en oposición al

gobierno.

Marcha de las Putas

La Marcha de las Putas se llevó a cabo el 21 de marzo del 2015 en contra de la violencia de género. *(Ver ANEXO 2 con resultados del monitoreo de medios).*

En cuanto a los medios, tanto El Comercio como El Telégrafo hicieron un intento de tener contenido multimedia en la cobertura del tema. El diario El Universo no cubrió la nota en su portal web. Las fotografías dentro del contenido de El Comercio ilustran el texto, más no están presentadas como una galería. El enfoque no está en ellas y no demuestran un trabajo artístico-periodístico por detrás. Por otro lado, este medio también incluyó un video dentro de su página pero la calidad no es alta. No hay un trabajo de edición, ni un enfoque específicamente pensado. El video resalta imágenes de la marcha con entrevistas breves de participantes.

Por otro lado, El Telégrafo incluye fotografías de alta calidad, que comunican e incluso son expresivas. Cada fotografía aporta al relato de la historia con algo nuevo. Sin embargo, la galería de estas fotos es presentada en un tamaño pequeño. Una vez más se vuelve segundo plano al texto. Las notas acerca del tema en este medio no incluyeron videos ni otro tipo de formato audiovisual.

Marcha 19-M

Esta marcha se llevó a cabo el 19 de marzo del 2015 y fue organizada por sindicatos, grupos sociales y políticos opositores al gobierno del país. *(Ver ANEXO 3 con resultados de monitoreo de medios).*

El Comercio, como se destaca en la tabla, es el medio que más formatos multimedia y de periodismo visual utilizó para la cobertura de las marchas 19M. Incluso se incluyó un video que indicaba el recorrido de la marcha y las horas estimadas de puntos de encuentro. Este medio incluyó varios videos dentro de la entrega de sus productos periodísticos. Videos que destacaban diferentes puntos de vista de la marcha, desde los simpatizantes del gobierno, hasta imágenes sin editar de la violencia que se desató al final. Adicionalmente, se incluyó una nota con un mapa interactivo que indicaba en qué ciudades del país se estaban realizando otras marchas. También, hubo una infografía que detallaba el recorrido de la marcha en Quito. Por lo general, la cobertura de este medio fue bastante extensa y es evidente que hay un esfuerzo por utilizar formatos de periodismo visual para relatar los hechos. Sin embargo, el uso de fotografías fue mínimo y no se incluyó una galería con imágenes de calidad. Los videos tenían poco trabajo de edición.

Por otro lado, El Universo incluyó una pequeña galería de fotos y tres videos de la marcha. La calidad de las fotografías no es óptima y no hay un trabajo de edición en los videos, sino una compilación de diferentes tomas. En cuanto a la cobertura de El Telégrafo se puede evidenciar que se da más importancia a las imágenes ya que hay una galería con treinta fotografías que, a pesar de que el mensaje en algunas se repita, hay una buena calidad en ellas. Incluso las más expresivas se encuentran al final cuando se retrata la violencia de la marcha en la noche. No hay videos, pero sí incluye una infografía, poco llamativa y con un exceso de texto. No hay un diseño de la misma, sino solo un conjunto de fotos y texto.

Lo que esta investigación plantea es la cobertura de marchas a través de una serie de fotografías expresivas, impactantes y de alta calidad para potenciar el lenguaje visual de la noticia. Adicionalmente, se debería dar un espacio de mayor tamaño a cómo se presenta el foto-reportaje. Es decir, no incluir una galería pequeña de fotos que ilustran el texto, más no son el enfoque principal. Lo que se propone es lo opuesto, que las fotografías sean el

elemento más impactante y el enfoque principal mientras que el texto se reduzca a un mínimo, que se incluya los datos más importantes dando contexto del evento. Cada fotografía debería comunicar algo distinto, por ende, tiene que haber una selección previa de las fotos que se van a incluir para que no haya redundancia en ellas y finalmente, un pie de foto que no replique lo que la imagen ya señala sino que aporte con información nueva. Según Mejía, “hay que aprender a contar historias (...) no es simplemente poner una imagen tras otra” (Mejía, comunicación personal, 24 de abril del 2015).

2. Historias Humanas

Temáticas de problemas sociales también pueden ser cubiertos a través de un lente visual como es el ejemplo de *The New York Times*.

The New York Times es un medio estadounidense referente del periodismo a nivel mundial. El medio actualmente tiene un blog de periodismo visual llamado *Lens*, donde se publican reportajes multimedia. *Lens* y *The New York Times* destacan cada semana un video o cortometraje documental de una temática específica. El video que será analizado en este bloque se publicó el 19 de abril del 2015: “*A Mother’s Fight Against Gun Violence*” (“La lucha de una madre en contra de la violencia armada”).

El producto audiovisual dura 13:10 minutos y retrata la historia de Jean Corbett-Parker, una mujer que perdió a su hijo, Latraun Parker, en el 2001. Latraun salía de una discoteca cuando lo dispararon en la cabeza. El video rescata imágenes y videos de archivos del muchacho y los contrasta con la realidad de la madre en el presente que lucha, ahora, contra la violencia armada. Las imágenes tienen una calidad implacable y generan empatía con el espectador. Ante todo, se está contando una historia a través de este reportaje, no son netamente entrevistas puestas juntas para crear un video.

A diferencia de este tratamiento de un problema social, en el Ecuador no hay medios tradicionales que hayan optado por contar una historia a través de un documental de cortometraje. Una historia que resonó en la población y que generó bastante impacto por su temática fue la de Daniela Peralta y Susy Hinojosa. En noviembre del 2014, Hinojosa fue diagnosticada con nefritis e insuficiencia renal. Su cuñada, Peralta, se sometió a pruebas para ser donante y a pesar de que salió compatible, el 10 de abril del 2015 se le notificó que no puede donar su riñón (Yépez, 2015). El artículo 33 de la Ley Orgánica de Trasplante de Órganos, Tejidos y Células indica que se podrá donar “siempre y cuando exista parentesco hasta en cuarto grado de consanguinidad, o se trate de su cónyuge” (Yépez, 2015).

Acto seguido, las mujeres difundieron su historia a través de redes sociales con el *hashtag* #Yotengoderechoadonar. (Ver ANEXO 4 con resultado de monitoreo de medios).

Como indica la tabla, la cobertura en formatos multimedia fue escasa a pesar de que el número de notas que se generó por el tema sí fue alto. El Comercio utilizó fotografías netamente para ilustrar el texto y muchas de ellas eran redundantes. La foto que se hizo viral en redes sociales fue la de las dos mujeres, y la de Daniela Peralta, con una camiseta blanca o un cartel que se leía en tipografía negra: #Yotengoderechoadonar. Esta imagen fue utilizada para acompañar las notas tanto de El Comercio como de El Universo. El Telégrafo no cubrió la historia en su portal web.

Por ende, en cuanto a la calidad de imagen o la búsqueda por generar una fotografía creativa e impactante se determinó que fue escasa. Por otro lado, El Comercio incluyó videos en su plataforma web pero cabe recalcar que fueron videos con poco trabajo. Un video muestra a Daniela Peralta, tras un fondo sobreexpuesto, hablando por cuatro minutos acerca de su historia, los otros productos audiovisuales solo muestran una entrevista con Peralta.

Al igual que “*A Mother’s Fight Against Gun Violence*”, este es un tema que impacta por la historia humana que hay por detrás. Es un problema social que si bien ha sido difundida por

un caso en particular ha ganado popularidad dado a que como este caso puede haber miles en el país. Por ende, el concepto de empatía es importante.

Según Guerra:

Creo que la empatía es uno de los rasgos más importantes que debe tener un periodista. Se lo puede definir aquí como la habilidad de ponerse en los zapatos de alguien más, de intentar entender su vida. (...) Creo que la empatía es lo que hace que un periodista se destaque. Creo que el mejor trabajo es aquello que deja que la audiencia se conecte en algún plano emocional con las personas de la historia o de la foto. La empatía es una de las cosas principales que lleva a la gente de un nivel emocional al trabajo periodístico. Eso puede enganchar al público a cavar más profundo y ganar una comprensión más profunda. (R. Guerra, entrevista personal, 25 de abril del 2015).

Lo que se plantea con esta investigación es la posibilidad de crear un producto similar al de *Lens* de *The New York Times*. Se puede generar un cortometraje documental de la historia en particular de las dos mujeres y contrastarla con el problema de la donación de órganos en el país. Con el uso de un producto altamente empático y de una calidad artística óptima se puede crear un producto de periodismo visual que llegue a más personas.

3. Especiales

La animación como recurso periodístico también se está implementando últimamente ya que es una buena herramienta para narrar historias. La animación como elemento periodístico visual fue utilizada recientemente por la BBC en la entrega de una nota periodística. El 14 de abril de 2014 militantes del grupo islamista Boko Haram secuestraron a 200 niñas y adolescentes de la aldea de Chibok en Nigeria (BBC Mundo, 14 octubre 2014). Seis meses después tres niñas lograron escapar del grupo militante y BBC contó el testimonio de las niñas utilizando este recurso (BBC Mundo, 27 de octubre 2014). Según Olivera (28 de

octubre 2014), “no podía(n) publicar ni sus nombres, ni sus rostros, ni ninguna información que las ponga en riesgo o propicie su revictimización. Entonces, en lugar de contar la historia de la forma convencional, decidieron publicar una animación realizada por el artista venezolano Luis Ruibal.”

Casos excepcionales como estos pueden ser argumentados para emplear el recurso de la animación que muchas veces es considerada subjetiva. Sin embargo, el producto visual fue criticado por algunos periodistas que cuestionaron el uso de la animación para el trato de una noticia seria como la de las niñas (Olivera, 28 de octubre 2014). En un dilema de ética profesional y visualización de información Hall y Merino (1995) argumentan que el concepto de creatividad sí puede ir de la mano con el oficio. “Los periodistas somos –y debemos seguir siendo- creativos. El problema es que algunos visualizan la creatividad como una licencia para faltar a la ética de la profesión.”

Asimismo, la versión en español de este medio, BBC Mundo, empleó esta herramienta para recordar los 100 años del genocidio armenio por parte del Imperio Otomano. Se creó una animación que relataba los escritos de Mohammad Ali Jamalzadeh, un autor persa, que presencié la matanza y lo documentó en su diario. La animación incluye una voz narrada en off de un extracto del diario. A pesar de ser un tema delicado el producto multimedia no quita la seriedad del asunto sino que aporta con la empatía del relato. El impacto probablemente no hubiese sido igual si es que se hubiera presentado netamente como texto.

En ambos casos hubo una razón de fondo por lo cual se utilizó el recurso de la animación. En el primer ejemplo, no se podían mostrar los rostros ni los nombres de las niñas, mientras que en el segundo no se contaba con imágenes en sí de lo que había pasado hace 100 años. Se tomó en cuenta este caso de la BBC para compararlo con el décimo aniversario del levantamiento de la población quiteña y las fuerzas militares en el país. Del 13 al 20 de abril del 2005 hubo un movimiento golpista civil para derrocar al presidente en ese entonces Lucio

Gutiérrez. Se lo denomina: la Rebelión de los Forajidos. Medios nacionales cubrieron los 10 años del levantamiento. (*Ver ANEXO 5 con resultados de monitoreo de medios*).

Los resultados del monitoreo indican que El Comercio tuvo una cobertura vasta en cuanto a periodismo visual. Esto se da porque el medio logró crear una página dedicada al especial de los 10 años titulada “Quito y la rebelión de los forajidos.” Esta página demuestra una intención de generar contenido de alta calidad, el diseño se ve trabajado. Hay una línea de tiempo y un mapa interactivo que contiene información acerca de los eventos que se desataron esos siete días de rebelión en diferentes partes de Quito. Adicionalmente, se incluye un video de 4 minutos que relaciona el levantamiento de los forajidos y sus participantes con el gobierno actual y la situación del país ahora.

Por otro lado, El Universo cubrió el tema con apenas una nota pero no hubo un intento de hacerlo en formato multimedia. Es un artículo tradicional con una foto del expresidente Lucio Gutiérrez para ilustrar el texto. Finalmente, El Telégrafo tuvo un intento de utilizar formatos visuales al incluir una infografía/línea de tiempo que muestra minuto a minuto la caída de Gutiérrez el 20 de abril del 2015. Sin embargo, la infografía no muestra un trabajo de diseño, hay un par de fotos y bastante texto. En otra nota dentro del medio existe una galería de fotografías que retratan el reencuentro de los forajidos 10 años después en CIESPAL para contar sus experiencias. Hay algunas fotografías que se destacan por su calidad y su capacidad de comunicar un mensaje sin el uso de un lenguaje escrito.

Cabe recalcar que según Albornoz (2007), “en la era digital, con la abundante y diversa información que reciben a diario, las editoras tienen la oportunidad de ser exitosas satisfaciendo el *unique mix of interests* de cada individuo.” En este caso a pesar de las coberturas de ambos medios con formatos visuales, y en el caso de El Comercio una cobertura exitosa y creativa, falta el aspecto humano. Lo que esta investigación plantea es la posibilidad de contar una historia personal a través del uso de la animación, se puede apelar

también a esa “mezcla de intereses únicos” de cada individuo que puede ser potenciado por formatos visuales.

Se puede destacar, por ejemplo, la experiencia de uno de los forajidos los momentos en que se encontraban en la Plaza de la Independencia y la violencia de parte del partido de Gutiérrez se desató. Si bien se tiene imágenes de archivo de lo fue la rebelión, no hay imágenes que ilustren exactamente lo que pasó y vio el forajido. La animación puede ser uno de los formatos audiovisuales que se pueden utilizar en la creación de un especial.

4. Eventos culturales y espectáculos

Los eventos culturales y los espectáculos tienen mucho potencial para ser cubiertos con formatos multimedia por su naturaleza visual. Se analizará la cobertura del medio estadounidense Los Angeles Times con el festival anual de música *Coachella* que se llevaron a cabo el 10-12 de abril y el 17-19 de abril del 2015.

La cobertura del medio internacional fue extensa, desde crónicas, reseñas y formatos visuales. Además, Los Angeles Times dedicó tres galerías solo para las fotografías del festival musical. Las imágenes son de alta calidad y atraen a la audiencia por el nivel estético que contienen. Es evidente que las fotos fueron tomadas por un profesional. En estos casos el contar una historia en particular no es la noticia, el evento como tal es lo que atrae. Dos de las galerías fueron dedicadas al festival de música mientras que la tercera se llamaba “Faces of Coachella” (“Rostros de Coachella”) y mostraba retratos de las personas que habían asistido al evento.

Tomando esto como referente, se analizó la cobertura del concierto de la banda KISS en Quito el 12 de abril del 2015. (Ver ANEXO 6 con resultado de monitoreo de medios).

La cobertura del concierto por parte de El Comercio fue interesante ya que hubo una búsqueda por la creatividad en el producto que se entregó. El medio presentó una infografía con una alta calidad estética y mostró también complejidad en su diseño. La infografía midió con íconos la energía del público (gritos y aplausos), las cámaras y los colores de luces que se utilizaban por cada canción. Así mismo se detalló los elementos en el escenario por cada canción y algún dato interesante adicional. Los colores que se utilizaron para el diseño de la infografía son llamativos e incluso se agrega una fotografía al final. Por otro lado, el medio también incluyó una galería de fotos del concierto pero solo se muestran cinco fotos y la calidad no es óptima.

El Universo incluyó dos fotos del evento pero la mayoría del material audiovisual fue sacado de diferentes cuentas de Twitter. Sin embargo, sí hubo una intención de crear un contenido visual. En una de las notas se incluyó una infografía de la banda detallando el maquillaje que los caracteriza. Sin embargo, este formato visual no aportó de una manera a un contenido periodístico. Según Peltzer (1991) “no todas las formas de comunicación visual no lingüística o iconográfica, sean o no lenguajes, son aptas para la comunicación periodística.” Este es un ejemplo de lo que menciona Peltzer, ya que la infografía visual puede que funcione para un nicho específico pero en cuanto a contenido, no es informativo y mucho menos periodístico detallar el maquillaje de la banda. Por otro lado, la cobertura de El Telégrafo fue mucho más tradicional. Se incluyó una galería pequeña de cuatro fotografías que no tenían mucho valor artístico y también videos cortos, mayoritariamente entrevistas a los espectadores.

A pesar del éxito en cuanto a un producto de calidad por parte de El Comercio se podría también plantear que las fotografías, ya que se trata de un evento tan visual, sean de mejor calidad y con un valor artístico. Al igual que la cobertura de Los Angeles Times con

Coachella, se puede agregar una galería solo de rostros de los espectadores para salir de la norma de mostrar imágenes solo del espectáculo y no de la gente que asistió.

5. Noticias internacionales

Se analizó también la cobertura de medios nacionales en cuanto a una noticia de impacto internacional. De esta manera se puede comparar directamente cómo fue tratada la nota internacional y nacionalmente. En este caso la noticia que más impacto ha generado ha sido el terremoto en Nepal que sucedió el 25 de abril del 2015. Hasta el 26 de abril del 2015 (fecha que finalizó el monitoreo de medios), el Ministerio de Interior del país asiática declaró que hay más de 4000 muertos y las cifras siguen incrementando. Dado a la gravedad del asunto se generan artículos constantemente que actualizan la información que sigue saliendo del país.

Medios internacionales como Al Jazeera, BBC y The New York Times han publicado galerías de fotografías del desastre y del sufrimiento de las personas afectadas. Cabe recalcar que al tratarse de una noticia fuera del país natal del medio y de una situación emergente, los medios replican las mismas imágenes que son publicadas por fotógrafos o personas que están en Nepal en el momento. Sin embargo, Al Jazeera y The New York Times han generado también su propio contenido visual acerca del desastre. El medio árabe publicó un mapa que indicaban las ciudades de Nepal afectadas por el terremoto y una infografía de los terremotos más fuertes en la última década en la región. The New York Times publicó una serie fotográfica que mostraba el antes y el después de ciertos lugares emblemáticos en el país asiático. También incluyeron infografías de las muertes registradas hasta el momento en diferentes partes de Nepal y los afectados también por la avalancha en el Everest.

Con estas referencias se analizó también la cobertura de los medios nacionales en cuanto al desastre natural de Nepal. (*Ver ANEXO 7 con resultado de monitoreo de medios*).

Se evidenció que la cobertura en los tres medios fue vasta ya que se trata de un tema de relevancia internacional. Las imágenes que se utilizaron en estos medios fueron rescatadas de fuentes externas. Tanto El Comercio como El Universo incluyeron videos del desastre que fueron sacadas de YouTube. La cobertura multimedia de parte de los medios mismos fue mínima ya que la mayoría de la información proviene de fuentes externas. El Telégrafo solo incluyó fotos.

Si bien se trata de una noticia fuera del país y la cobertura de tal con imágenes o videos propios es un tema complejo lo que sí se puede utilizar es formatos gráficos para difundir la información que ya se conoce. En cuanto a medios nacionales lo que se puede destacar de una noticia tan lejana es cómo hacerla acercarla más a la realidad de los ecuatorianos. Es decir, se puede hacer una infografía que destaca los ecuatoriano y latinoamericanos afectados por el terremoto y en qué parte de Nepal se encontraban. Lo que medios como El Comercio sí difundieron fue los latinos que se encontraban en Everest en el momento de la avalancha. Esto también puede ser visualizado a través de una línea de tiempo de un sobreviviente que cuente minuto a minuto lo que vivió en la montaña. Adicionalmente, se puede incluir una galería de tamaño mucho más grande para destacar las fotos más impactantes del desastre. “Vivimos en un mundo tan saturado por imágenes que incluso necesitamos imágenes hermosas de las cosas dolorosas para hacernos ver. De lo contrario no nos va a afectar.” (R. Guerra. Entrevista personal, 25 de abril de 2015). Incluso se debe enfocar más en la entrega de un foto-reportaje que en un video porque en casos de desastre como estos se necesita asimilar la información de la manera en que solo las fotografías lo logran. “La fotografía nos deja tomarnos nuestro tiempo, nos deja mirar, nos deja

conectarnos, ver los ojos y rostro de alguien en un nivel más humano.” (R. Guerra. Entrevista persona, 25 de abril de 2015).

DISCUSIÓN

Los resultados del monitoreo de medios nacionales muestran la importancia de un periodismo visual de alta calidad en el país. En la mayoría de los casos, no hay una búsqueda por un producto artístico-periodístico. Lo que se evidencia en el monitoreo es que se cubre con un esfuerzo mínimo los formatos multimedia. Las fotografías, infografías, gráficos y videos que se incluyen en las notas, por lo general, no tienen una alta calidad estética, hay pocas excepciones. Es evidente que en la mayoría de casos, el trabajo de edición de estos productos visuales es solo el necesario. No hay un trabajo artístico por detrás ya que aún se está dando más importancia al texto periodístico como tal.

Adicionalmente, está claro es que en la gran mayoría de los productos multimedia de los medios, lo visual está en un segundo plano. Aún no hay un medio que de la misma importancia a un producto visual que a uno textual. Las imágenes y los videos están limitados a ser un complemento o a ilustrar el texto, más no a ser el producto principal de una nota periodística.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir, se entiende al periodismo visual como el uso de formatos visuales y multimedia como la animación, gráficos, fotografías, videos e ilustraciones de alta calidad artística e informativa para entregar productos periodísticos. Se tomó como referencias las coberturas de medios internacionales que han publicado historias de manera exitosa a través del uso del periodismo visual de calidad. Las notas periodísticas en estos cinco casos analizados fueron exitosas no solo por su ejecución sino también por la temática. Las notas que destacaban un relato o que contaban una historia eran los que más impacto emocional generaban. El ejemplo de “A Mother’s Fight Against Gun Violence” de la plataforma de periodismo visual Lens de The New York Times ilustraba la historia de una madre que perdió a su hijo por una problemática constante en Estados Unidos, la violencia armada. Similar a este problema que genera polémica y conmoción está el ejemplo de Daniela Peralta y Susy Hinojosa. La historia de estas mujeres causó furor en redes sociales y fue cubierta vastamente por medios nacionales porque la audiencia pudo relacionar un problema grande, como las leyes detrás de la donación de órganos, con una historia humana. Aquí se destaca el concepto que el fotoperiodista “Bear” Guerra recalcó, la empatía. A través del uso de la empatía uno puede generar una conexión emocional con el público. El relato de estas mujeres llegó a ser viral por redes sociales pero los medios nacionales simplemente replicaron la nota, no hubo un intento por hacer un trabajo periodístico visual más allá de lo común.

La cobertura con el uso de formatos multimedia se justifican con notas de relatos humanos y que también tienen un calidad visual. Es decir, eventos culturales, espectáculos y

marchas pacíficas que agrupan a una cantidad de personas se prestan para un material visual. Medios como Al Jazeera, Los Angeles Times y The New York Times destacan fotoreportajes para mostrar estos eventos en los cuales las imágenes en sí dicen más que el texto. En el caso de medios ecuatorianos, aun no se da tanta importancia al aspecto estético de la fotografía de espectáculos. El Comercio, en el caso de las marchas 19M, Marcha de las Putas y el concierto de la banda KISS hace un intento por mostrar de una manera creativa estos eventos. Hay videos que hacen el recorrido de una marcha con sus puntos de encuentro e incluso una infografía del concierto que denota los elementos visuales canción por canción. Sin embargo, la calidad de las fotografías no es óptima. Estas imágenes reflejan la falta de profesionalización en el campo fotográfico.

El uso de la animación también puede resultar eficiente en la cobertura de casos en los cuales no se tengan las imágenes disponibles ya sea por la falta de archivos o por asuntos legales. Tomada con seriedad la animación puede aportar al relato humano y ayudar a la visualización de casos para el público. En los ejemplos de la BBC que usó estos formatos, ambas temáticas eran delicadas, sin embargo, el producto audiovisual no quitó seriedad a la nota. Finalmente, al abordar temas de impacto internacional como fue el terremoto en Nepal es necesaria una cobertura visual a través de fotografías para que la audiencia logre entender la gravedad del tema. Como mencionaba el fotoperiodista “Bear” Guerra se necesita belleza también en las fotografías que causan dolor para generar un impacto a nivel emocional. Los medios ecuatorianos replicaron la noticia e incluyeron fotografías de fuentes externas que si bien sí tenían el elemento artístico e impactante no hubo una presentación de mayor importancia a las fotos. Adicionalmente, se puede aterrizar la noticia lejana al incluir dentro de formatos multimedia como infografías con datos de víctimas ecuatorianas y latinoamericanas.

Por lo general, lo que se evidenció en los resultados del monitoreo es ese intento por parte de los tres medios nacionales por incluir periodismo visual y formatos multimedia en sus coberturas. El Comercio es el medio que presentó productos más trabajados y de mejor calidad. Mientras que El Universo y El Telégrafo incluyeron lo mínimo y su trabajo de edición no fue ideal. Cabe recalcar, que la calidad de fotografías que expuso El Telégrafo fue alta pero se los utilizaba para ilustrar el texto y no se les daba una importancia mayor. En comparación con los referentes de periodismo visual como The New York Times, Los Angeles Times, BBC y Al Jazeera, los productos visuales de los medios ecuatorianos están aún en una etapa inicial. Pero una de las razones por las cuales se da esto es que “el reportero no tiene una oportunidad, no tiene recursos ni tiempo para compartir con los afectados. Entonces solo se da un (producto) superficial.” (R. Guerra, entrevista personal, 25 de abril del 2015). Esto es apoyado por Mejía que destaca que muchos periodistas ven la necesidad de ser “autodidactas” porque no son capacitados en el uso de herramientas de edición, diseño, etc (M. Mejía, entrevista personal, 24 de abril del 2015).

Lo que plantea esta investigación es la posibilidad de potenciar estos medios tradicionales a través del uso de un periodismo visual de excelente calidad artística y periodística. Los medios internacionales que se usaron como referencia han logrado posicionarse como ejemplos de periodismo a nivel internacional por la calidad de sus productos en todo ámbito al estar a la vanguardia de las revoluciones digitales y tecnológicas. En una sociedad altamente visual como la de ahora, los productos audiovisuales y artísticos no deben ser considerados netamente como “arte decorativo” sino que deben ser pensados como herramientas esenciales para entregar productos periodísticos (Peltzer, 1991). Se puede lograr un mejor tratamiento de periodismo visual en Ecuador al dar paso a periodistas especializados en estas ramas y a la “profesionalización” (R. Acevedo, entrevista personal, 20 de abril del 2015).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albornoz, L. (2007). *Periodismo digital: Los grandes diarios en la Red* (1.ª ed.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Barnhurst, K. (1998). Periodismo Visual. *Revista LATINA De Comunicación Social*, (7), 1-9. Recuperado Marzo 24, 2015, de EBSCO.
- Espada, A. (2009). *El fin de los periódicos: Crisis y retos del periodismo actual*. Barcelona: Duomo Ediciones.
- Estefanía, J. (2005). El Presente. En E. Editor (Ed.), *¿Hacia dónde va el periodismo? Responden los maestros* (pp. 19 – 34). Recuperado de <http://publicaciones.caf.com/media/1415/205.pdf>
- Faus, J. (2015, 15 de marzo). Los manifestantes de Ferguson afrontan su primera gran prueba. *El País*. Recuperado de http://internacional.elpais.com/internacional/2015/03/12/actualidad/1426144951_143069.html
- Hall, K., & Merino, R. (1995). *Periodismo y creatividad* (1ª ed.). Trillas.
- Hayes, I. (11 de abril, 2009). En quiebra los principales diarios del mundo. Recuperado de <http://www.voltairenet.org/article159671.html>
- La dramática historia del escape de tres de las 200 niñas secuestradas en Nigeria por Boko Haram 2014, October 27). Recuperado marzo 27, 2015, de http://www.bbc.co.uk/mundo/video_fotos/2014/10/141027_video_nigeria_ninas_escape_boko_haram_wbm.shtml
- La tragedia de 200 niñas que llevan seis meses secuestradas en Nigeria. (2014, October 14). Recuperado marzo 27, 2015, de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/10/141014_seis_meses_ninas_secuestradas_nigeria
- López Hidalgo, A. (2009). *Géneros periodísticos complementarios: Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual* (1ª. ed.). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Rialp.
- Sánchez, I. (2006). *El periodismo visual un nuevo reto*. Recuperado de http://servidor-opsu.tach.ula.ve/alum/pd_3/infografia/reportaje.html
- South America Internet, Broadband and Facebook Users - Population 2015 Statistics (South America Internet, Broadband and Facebook Users - Population 2015 Statistics)

<http://www.internetworldstats.com/south.htm>

Ulanovsky, L. (2011, August 6). A propósito del “periodismo visual”: Definiciones doblemente traducidas. Recuperado marzo 28, 2015, de <http://culturevisuelle.org/apuntes/archives/203>

Vite, O. (2002, December 1). Comunicación visual en el periodismo digital: La imagen es nada. Recuperado marzo 27, 2015, de <http://www.saladeprensa.org/art407.htm>

Yépez, D. (2015, 14 de abril). Daniela Peralta busca salvar la vida de su cuñada, pero la ley lo impide. *El Comercio*. Recuperado de [http://www.elcomercio.com/tendencias/danielaperalta-campana-donacion-organos-cunada.html](http://www.elcomercio.com/tendencias/danielaperalta-campana-.....donacion-organos-cunada.html)

DOCUMENTAL

Un día a la vez

RESUMEN

El documental se puede emplear como una herramienta visual que requiere de un trabajo investigativo, periodístico y artístico. En este formato se destacó la problemática del alcoholismo en el país a través de la experiencia de una afectada. Se contó la historia de Daniella, una mujer alcohólica de 25 años que se ha abstenido de tomar desde hace nueve meses y está en un proceso de recuperación. Este documental pretende resaltar el impacto que tiene el alcoholismo en la juventud y cómo afecta no solo a aquellos que consumen sino también a las personas a su alrededor, como la familia.

GUIÓN

AUDIO	VIDEO	TIEMPO
Música: Jorge Méndez – Cold	Dani con botella al frente	0”-6”
Música: Jorge Méndez – Cold Dani: “Es chistoso porque ahorita que tengo la botella al frente mío...”	Dani con botella al frente	7”-43”
Música: Jorge Méndez – Cold	Black	43”- 44”
Música: Jorge Méndez – Cold Dani: “Mi nombre es Daniella y soy alcohólica”	Dani extreme close up	44”- 47”
Música: Jorge Méndez – Cold Dani: “La primera vez que tomé tenía 15 años”	Black, después entra título en blur: Un día a la vez	47”- 53”
Dani: “No se hasta qué punto fue por pertenecer simplemente todo el mundo toma a esa edad...”	Dani plano medio. B-roll: fotos de álbum	54”- 1:33”
Música: Jorge Méndez – Cold (risas) “¿qué piensas del radar Dani?” Dani: “Un día de verdad casi me muero porque me dio un ataque de ansiedad”	Video de archivo: Dani borracha.	1:34” – 1:48”
Dani: “Basicamente empecé a tomar desde un jueves en la noche y llegué el	Dani close up B-roll: tomas de manos	1: 48” – 2:49”

domingo acá”		
Dani: “a la siguiente semana me estaba chumando” Video arch: “¿y quién les excitó ese rato?”	Dani fumando viendo video en computadora, entra mamá.	2:49” – 2:57”
Video arch: “¿tú les excitaste ese rato?”	Video de archivo: Dani borracha	2:58” – 3:06”
Video arch: “al comienzo nadie sabía quién era yo”	Dani viendo video, close up	3:06” - 3:13”
Dani: “osea nunca me puse a pensar será que esto le afecta a mi mamá”	Dani viendo video, close up. Mamá fumando, viendo video, close up. Video archivo: Dani borracha	3:13” – 3:35”
Ma. Del Carmen: “Ay, llegabas a la casa aquí tambaleándote, arrimándote a una pared...”	Dani y mamá viendo video, plano medio.	3:36” – 3:53”
Video arch: “Hola Dani” Dani: “¡Ve qué fea! Dios mío, osea yo sí digo los hombres que se aprovechan...”	Video de archivo: Dani borracha Dani close up viendo video	3:54” – 4:08”
Ma. Del Carmen: “Me da pena. Siento ternura. Pena. Mucha pena...”	Close up Ma. Del Carmen	4:09” – 4:36”
Música: Peder D. Helland -Memories	B-roll: papás viendo fotos	4:37” – 4:47”

Ma. Del Carmen: “Fue la hija esperada, deseada, amada...”	B-roll: viendo álbum. Close up padres hablando	4:47” – 5:02”
Dani: “La relación con mi mamá siempre ha sido súper buena. Realmente, lo único que afectó fue mi consumo de alcohol...”	B-roll: Dani y mama viendo video Dani entrevista plano medio B-roll: close up mama fumando	5:03” – 5:23”
Música: Jorge Méndez – Cold Ma. Del Carmen: “Me afectaba ver estos cambios de personalidad. De esta niña dulce simpática...”	B-roll: fotos en cuarto. Ma. Del Carmen close up entrevista. B-roll: mama y papá plano medio viendo fotos. B-roll: extreme close up ojos Dani. Video archivo: Dani borracha	5:24” – 6:04”
Música: Jorge Méndez – Cold Dani: “es lo raro del alcohol, cuando tú sabes que algo te hace daño dices ok basta...”	Video de archivo: Dani borracha Dani close up entrevista Video de archivo: Dani borracha	6:06” – 6:37”
Dani: “Es eso, qué vergüenza verme así. Qué vergüenza ser esta persona...”	Video de archivo: Dani borracha Close up labios de Dani hablando mientras mamá acaricia su pelo.	6:38” - 7:14”
Dani: “es como una realidad ajena” Ma. Del Carmen: “así es, como una realidad ajena”	Close up Ma. Del Carmen	7:15” – 7:24”
Música: Ludovico Einaudi – Fly Dani: “Para mí mi trabajo ha sido como	Video de archivo: La Cuerda Dani entrevista plano mediano	7:25” - 8:45”

lo más bacán que he tenido en estos últimos tres años”	Video de archivo: La Cuerda 2	
Música: Ludovico Einaudi – Fly	B-roll: fotos del cuarto, OTS papás viendo fotos, plano medio viendo fotos, close up cara Dani, plano abierto Dani con cámara, Dani plano cerrado con cámara, plano cerrado vasos, Dani en cocina, tatuaje, Dani y mamá en cocina riendo, close up manos Ma. Del Carmen	8:45” – 9:14”
Música: Ludovico Einaudi – Fly Ma. Del Carmen: “Vivo un día a la vez”	B-roll: close up manos Ma. Del Carmen Plano cerrado ambas conversando en cocina B-roll: toma de vasos	9:15” – 10:01”
Música: Ludovico Einaudi – Fly Dani: “Lo del un día a la vez me ha servido un montón...”	Dani entrevista extreme close up	10:02” – 10:44”
Música: Ludovico Einaudi – Fly	Black. Datos de alcoholismo en Ecuador	10:45”- 10:56”
Música: Ludovico Einaudi – Fly Dani: “Bueno a mí me encanta la fotografía entonces como meta realmente tengo este objetivo de viajar.”	B-roll: Dani fotografiando Dani entrevista extreme close up B-roll: close up Dani fotografiando y con cámara	10:57” – 11:16”

<p>Música: Ludovico Einaudi – Fly</p> <p>Dani: “obviamente con las herramientas adecuadas..”</p>	<p>Black.</p> <p>Datos alcoholismo en el mundo</p>	<p>11:16”- 11:26”</p>
<p>Música: Ludovico Einaudi – Fly</p> <p>Dani: “...Y con la protección y seguridad, sé que puedo también estar en una misma mesa con una botella y decir, no tú no eres para mí”</p>	<p>Dani con botella al frente</p>	<p>11:27” – 11:40”</p>
<p>Música: Ludovico Einaudi – Fly</p>	<p>Black.</p> <p>Dedicatoria y créditos.</p>	<p>11:40” – 12:02”</p>

PÁGINA WEB

MIRADAS

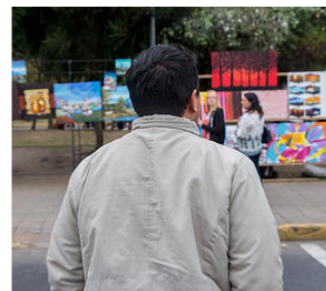
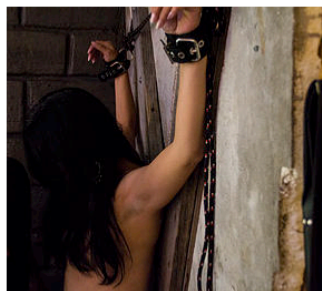
RESUMEN

La investigación demostró la falta de espacios de periodismo visual en el país. Se creó esta plataforma web con el propósito de ser un referente en el Ecuador de periodismo dedicado netamente a esta rama. Se trataron diferentes temáticas en la página web, desde temas de sexualidad, violencia intrafamiliar hasta profesiones antiguas y tradicionales. Sin embargo, el hilo conductor de la plataforma era el enfoque en las historias humanas. Se generaron contenidos visuales como fotoreportajes, un documental y una animación periodística acompañada de artículos y datos.

IMÁGENES DE LA PÁGINA



HISTORIAS



Un dulce con sabor a Quito

Texto: **Bernardo Carrasco**
 Fotografías: **José Velásquez**

En un pequeño local del centro histórico de Quito, un hombre cincuentón, con paño áspero, bigote negro y un gorro al revés mesa sistemáticamente una paño todas las mañanas desde las 9 a.m. hasta el mediodía. Va agregando una miel-hacha a base de agua, azúcar y limón cada cierto tiempo, y un sinnúmero de bolitas blancas con un relleno de mani se van formando en la paño de acero. La mayoría tienen una textura lisa y tamaño circular similar, pero cuando el hombre logra divisar una que está muy pequeña o muy ovalada las extrae y las separa del resto. De vez en cuando saca una para probar y asegurarse que está perfecta, a pesar de que el sabor y el proceso ha sido el mismo durante los últimos cien años.

Para él esa degustación es parte del día a día, pero para sus clientes el sabor de aquellas atamadas "colaciones de la Cruz Verde" los trae recuerdos de su niñez, una niñez en un Quito con menos autos, menos edificios y más tradiciones.



Luis Banda, es el menor de siete hermanos y el único de ellos que decidió seguir el negocio que inició con su abuelo hace cien años. Las colaciones de la Cruz Verde empezaron en un caso esquina ubicado en la calle Imbabura y Bolívar del centro histórico y se mantuvo ahí por sesenta años. "Esa casa no era de mis papas ni de mi abuelo. Entonces vendieron ese caso y toqué salir," afirma. Luis se hizo cargo del negocio hace treinta años y pese a que tenido que moverse de ubicación algunas veces, el local ha permanecido en la misma cuadra. El hombre que ahora es el último colacionero de Quito se considera un "sentimental" y es por eso que, a pesar de sus estudios universitarios en Finanzas y su aspiración cuando era joven de ser arquitecto, decidió seguir con la tradición familiar. Cuenta que antes las colaciones eran de los pocos dulces que se encontraban en Quito. Pero ahora ya han sido olvidadas. "Últimamente ya no se vende mucho. Ya se va perdiendo la tradición como ya se van muriendo los viejitos. Ellos son las golosas."

Sus clientes siguen siendo los mismos de antes, los mismos que de niños corrian a sus padres para que les compien colaciones de poste. "Cuando vienen los clientes, los mayoritos, se pagan una colación y como que se trasladan a los años atrás," dice Luis. Y en efecto, mientras él prepara el dulce tradicional - usando la misma paño de acero que inauguró el negocio- llega Carlos Bueno con su esposa. El hombre saludó a Luis emocionado -el local se trasladó hace tres años un par de cuadras más arriba de la Cruz Verde y Carlos había estado buscando la nueva ubicación-. "Nosotros nos acordamos que (de pequeños) veníamos de la casa de nuestras papas y cada uno se compraba una bolita," afirma Carlos ante risas.

El cliente emocionado se despidió, salió del local con un sorriso y agarró fuerte la bolsa de colaciones en su mano derecha. Luis regresa a su rutina, la rutina que no ha cambiado en su vida desde hace treinta años. De vez en cuando alza su mirada y sus ojos se quedan viendo afuera con un aire de nostalgia. En la calle, todo se mueve velozmente, se destruye una casa, se construye otra, pero en aquel local ubicado en la calle Chimborazo y Bolívar, el tiempo no transcurre desde hace cien años. Ese local aún huele al Quito tradicional y dulce.

Juegos de dolor

Boris Remolina Cármona
@borisrc / borisrc / borisrc

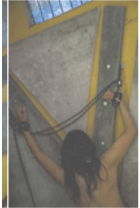
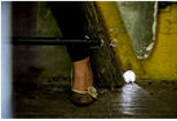
Somos un hijo con una mirada inclinatoria y la mirada al cielo

¿Cómo se siente a pesar?

La que te separa — responde Jairo con la cabeza agachada y una voz suave y herida.

Ella decide que será padre. Encarcelado tras una sentencia que cubre su rostro, Jairo pide y espera por el hijo "en cuatro meses". Se comienza de nuevo pero con billetes cambiados con los que quedaban y el amor del caso. Ella pide un paréntesis pero, tras meses de poder llegar, una billete desahogado de hospital que termina en pedris. La pena una condena de cuatro meses de prisión y la pena a presentarse por el padre. Se comienza a sentirse, a ser la parte, a tener la vida, el hacer una vida.

Después le guía una vez más dentro de la casa donde una cruz de San Andrés de madera está colocada sobre la pared. Jairo, el padre del hijo, mira su momento y decide hacer un hijo con el momento. Alcanza su momento, después se levanta abrumado y la voz de Sandra María. El caso se mueve rápidamente en el caso de Sandra María. Sandra María con un momento de vida, con un momento de vida en su momento. Sandra María en la que él quiere un hijo con una vida presente. Jairo se levanta lentamente con una billete para esperar su tiempo y la sentencia original en busca de más. El hijo del momento dentro del momento de la vida, el hijo que Jairo lo hace con un suspiro. La vida la realidad, el niño, la ausencia y después que no debía sentirse totalmente por los momentos de la vida.



Desde la perspectiva de la Virgen de Monserrate "Cruces con un hijo" se cuenta la historia de un hombre que vive en libertad con una familia y un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida. El momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

Desde el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

A pesar de que se siente un momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

Desde el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

En el momento de vida en su momento de vida, con un momento de vida en su momento de vida.

El arte del parque

Texto: **Bernarda Carrasco**
Fotografía: **José Valverde**

En un estudio de tamaño mediano ubicado al sur de Quito, en Chillogallo, Santiago Santamaría se dedica a hacer sus dibujos y sus pinturas. El espacio contiene libros, pinturas y esbozos de rostros y paisajes regados por la mesa y en regatas. A Santiago le gusta el arte figurativo y le apasiona pintar paisajes. Ha estado pintando desde que tiene uso de razón. A pesar de que él no se considera un artista, su talento para crear contenido artístico ha sido completamente autodidacta. "Esto me llena," afirma.

Se sienta en su banco y saca un lienzo en blanco pequeño y se pone a pintar. Sin ninguna referencia más que su propia imaginación pinta el Cotacachi utilizando tapas de tarros de pintura como su paleta. El cuadro no lo toma más de diez minutos, su arte ya tiene diez años de práctica.



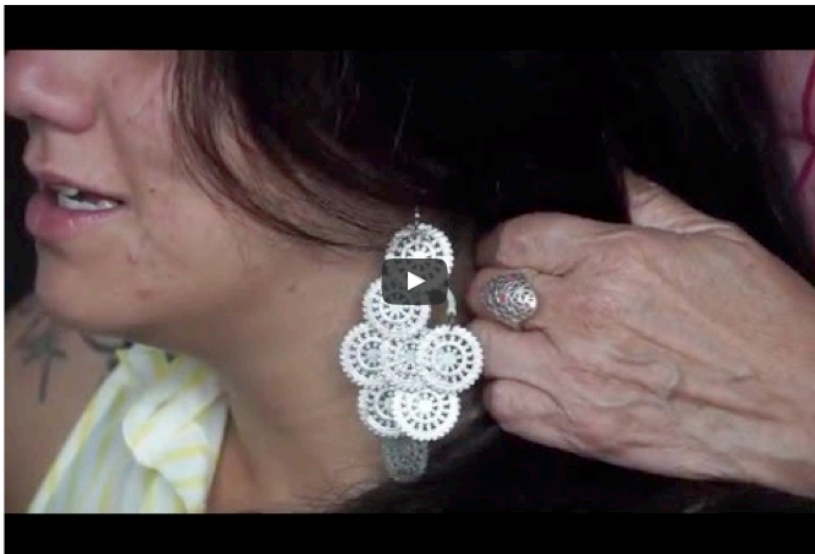
Los sábados exhibe sus obras en el parque El Ejido con el fin de vender sus cuadros al igual que decenas de otros artistas ecuatorianos que buscan algún ingreso económico a cambio de su talento y su creatividad. Vender la pintura no es fácil, afirma Santiago. "No todo el mundo quiere comprar arte." Pero ante todo, lo que le motiva más es la falta de apreciación del arte. "Muchos compran por ejemplo una obra porque queda bonito con el color de la pared pero no por el valor artístico," agrega. Pero agrega que entiende que cuando uno exhibe en El Ejido es para vender, más no para que lo aprecien.

Los cuadros que se exhiben en el parque son reproducidos en masa. Es decir, si uno vende bien, los creadores vuelven a pintar otra copia. Eso ya no es una obra artística, dice Santiago, sino una obra artesanal. Para Santiago, su estudio es su espacio personal, "cuando te pones a pintar uno se encierra, se enfoca." Sus dibujos o "estudios" como él los llama reflejan su nivel de dedicación a su arte. Al ser autodidacta, él ha forjado su propio estilo y desarrollo de técnica. Utiliza materiales como el acrílico, óleo, carboncillo e incluso sangre.

Tiene un corcho en su estudio con dibujos hechos por una niña, con una calígrafa cheaca y desigual se lee la frase: "Te amo papá". Santiago saca un folleto donde está exhibido uno de los cuadros de los que más orgullo siente, pintado en el 2009, un retrato de su hija.

Un día a la vez

Daniella tiene 25 años y desde hace 9 meses no ingiere alcohol. Su madre, Ma. del Carmen presenció cómo la enfermedad del alcoholismo afectó directamente a su hija, convirtiéndola en una mujer agresiva cuando estaba bajo la influencia de la sustancia y susceptible ante cualquier peligro. El siguiente documental refleja la experiencia de ambas mujeres al ser víctimas del alcoholismo, directa e indirectamente.



La violencia doméstica contada por un hombre

Andrés (nombre protegido) fue víctima de violencia física y psicológica por parte de su ex pareja y la madre de su hija. Esta animación narrada por Andrés cuenta la última vez que pelearon antes de que él decida irse.



*Ilustración: Nichole Fiorentino
Animación: Vinicio Reyes*

"Todo el tiempo me decía que le daba asco, que no valía para ella, que estaba haciendo lo mínimo que podía hacer (...) Que no valía para ella, ni para nadie. Después de que salía de la casa me sentía tan poca cosa, sentía que no podía ser querido, ni deseado," afirma.

Los insultos y agresiones causaban que él se sienta culpable ante la situación. "Todo el mundo me decía que no estaba haciendo nada malo, que ella era la que se estaba portando mal. Pero no quería entenderles a ellos. Yo decía que no, que era mi culpa y que yo iba a solucionarlo de alguna manera. Siempre trataba de justificarle."

Tras perdurar un año de violencia psicológica y física, en tres ocasiones, de parte de la madre de su hija, Andrés decidió irse. La última discusión (representada en la animación) fue el detonante para que él tome la decisión.

Sin embargo, cuando él regresó, una semana después, para ver a su hija, ninguna de las dos se encontraban en la casa. "Se había llevado a mi hija."

En el aspecto legal, la ley contra la Violencia a la Mujer y la Familia Dominada se enfoca en la violencia doméstica, sin embargo, se enfoca en "proteger la integridad física, psíquica y la libertad sexual de la mujer y los miembros de su familia." Según el abogado Walter Sandoval, entrevistado para El Comercio, esta ley protege más a la mujer, ya que el término hombre no es utilizado ni en el título ni en los artículos.

Andrés pudo ver a su hija después de tres semanas. Y al igual que otras víctimas de violencia doméstica, tanto hombres como mujeres, no denunció a su ex pareja. Ahora ya tiene visitas programadas para visitar a su hija.

Texto: Bernarda Cananiza

Si bien, los datos de violencia doméstica registrados en el Ecuador denotan que el número de mujeres que son agredidas es mucho mayor que el de hombres – Según el INEC, 2 de cada 5 mujeres han sufrido violencia física y 1 de cada 2, violencia psicológica historias como las de Andrés no son escasas.

Según datos de la Policía Nacional, de enero a octubre del 2014 se registraron 3.160 casos de violencia intrafamiliar a hombres en el Ecuador. Esto representa el 10,83% de los casos en el país. Asimismo, el Ministerio del Interior emitió un comunicado en el cual afirma que en el Distrito Metropolitano de Guayaquil (cantones Guayaquil, Durán y Samborombón) se registraron 1.309 denuncias presentadas por hombres en el 2014.

Sin embargo, estas cifras no especifican si es una violencia física o psicológica. Para Andrés (nombre protegido), la violencia psicológica fue la más dañina en su relación.

Más sitios de periodismo visual para explorar:

LENS NEW YORK TIMES

FONOGRAFÍA COLLECTIVE

HOMELAND PRODUCTIONS

RUNA

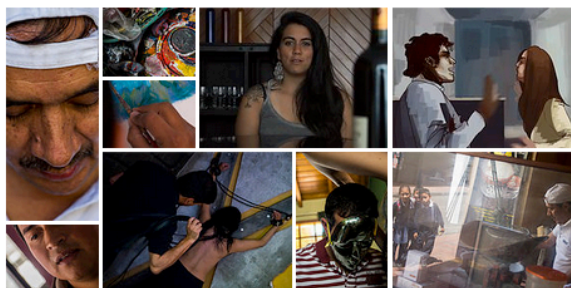
¿Qué es MIRADAS?

MIRADAS es una plataforma digital de periodismo visual que busca destacar historias humanas a través de herramientas como la fotografía, el documental y la animación. El periodismo visual se entiende como el uso de formatos multimedia de alta calidad artística e informativa para contar historias periodísticas.

En estos tiempos, la evolución del periodismo requiere un quiebre entre los medios tradicionales y el surgimiento de nuevas herramientas para ejercer el oficio. Asimismo, el perfil del periodista ahora no se limita netamente a la reportería, investigación y redacción, sino que asume también un rol de visionario destacando así su creatividad y capacidad para generar contenido cautivador e informativo para la audiencia.

Somos un equipo de estudiantes especializados en diferentes áreas desde periodismo, cine, animación y diseño gráfico que han trabajado a lo largo de unos meses para generar contenido de alta calidad para aquellos seguidores de la página. El proyecto dirigido por Bernarda Carranza, estudiante de último año de periodismo, se plantea como una propuesta para potenciar y servir de un primer ejemplo de periodismo visual en el Ecuador.

Se titula MIRADAS porque se enfoca en historias humanas y destaca aquellos relatos de personas cotidianas para así desencadenar un tema más amplio que no siempre ha sido cubierta por medios tradicionales.



ANEXOS

ANEXO 1: FOTO AL JAZEERA



ANEXO 2: MONITOREO MARCHA DE LAS PUTAS

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía			
Mapa interactivo			
Línea de tiempo			
Fotografía	X		X
Video	X		
Animación			
Elementos periodísticos:			
Tema actual	X		X
Breve, conciso	X		X
Relevancia social	X		X
Texto	X		X

Calidad de contenido:			
Entretenido			
Alta calidad de producto multimedia			X
Creativo			
Expresivo			X

ANEXO 3: MONITOREO MARCHA 19-M

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía	X		X
Mapa interactivo	X		
Línea de tiempo			
Fotografía	X	X	X
Video	X	X	
Animación			
Elementos periodísticos:			
Tema actual	X	X	X
Breve, conciso	X	X	X
Socialmente significativo	X	X	X
Texto	X	X	X
Calidad de contenido:			
Entretenido	X		
Alta calidad de producto multimedia			
Creativo	X		
Expresivo			X

ANEXO 4: MONITOREO #YOTENGODERECHOADONAR

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía			
Mapa interactivo			
Línea de tiempo			
Fotografía	X	X	
Video	X		
Animación			
Elementos			

periodísticos:			
Tema actual	X	X	
Breve, conciso	X	X	
Socialmente significativo	X	X	
Texto	X	X	
Calidad de contenido:			
Entretenido			
Alta calidad de producto multimedia			
Creativo			
Expresivo			

ANEXO 5: MONITOREO 5 AÑOS FORAJIDOS

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía			X
Mapa interactivo	X		
Línea de tiempo	X		X
Fotografía	X	X	X
Video	X		
Animación			
Elementos periodísticos:			
Tema actual			
Breve, conciso	X	X	X
Socialmente significativo	X	X	X
Texto	X	X	X
Calidad de contenido:			
Entretenido	X		
Alta calidad de producto multimedia	X		
Creativo	X		
Expresivo	X		

ANEXO 6: MONITOREO CONCIERTO KISS EN QUITO

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía	X	X	X

Mapa interactivo			
Línea de tiempo			
Fotografía	X	X	X
Video		X	X
Animación			
Elementos periodísticos:			
Tema actual	X	X	X
Breve, conciso	X	X	X
Socialmente significativo			
Texto	X	X	X
Calidad de contenido:			
Entretenido	X	X	
Alta calidad de producto multimedia	X		
Creativo	X	X	
Expresivo			

ANEXO 7: MONITOREO TERREMOTO NEPAL

	El Comercio	El Universo	El Telégrafo
Elementos multimedia:			
Infografía			
Mapa interactivo			
Línea de tiempo			
Fotografía	X	X	X
Video	X	X	
Animación			
Elementos periodísticos:			
Tema actual	X	X	X
Breve, conciso	X	X	X
Socialmente significativo	X	X	X
Texto	X	X	X
Calidad de contenido:			
Entretenido			
Alta calidad de producto multimedia			
Creativo			
Expresivo	X		X