

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ANTROPOLOGÍA
CONVOCATORIA 2008-2010**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA
VISUAL Y DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO**

**ETNOGRAFÍA DE PRODUCCIÓN EN UN MEDIO MASIVO DE
COMUNICACIÓN IMPRESA: EL CASO DE LAS IMÁGENES DE CRÓNICA
ROJA EN EL DIARIO EL EXTRA**

FRANTZ ULIANOV JARAMILLO REMACHE

SEPTIEMBRE DE 2012

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

SEDE ECUADOR

PROGRAMA DE ANTROPOLOGÍA

CONVOCATORIA 2008-2010

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ANTROPOLOGÍA
VISUAL Y DOCUMENTAL ANTROPOLÓGICO**

**ETNOGRAFÍA DE PRODUCCIÓN EN UN MEDIO MASIVO DE
COMUNICACIÓN IMPRESA: EL CASO DE LAS IMÁGENES DE CRÓNICA
ROJA EN EL DIARIO EL EXTRA**

FRANTZ ULIANOV JARAMILLO REMACHE

ASESOR DE TESIS: XAVIER ANDRADE

LECTORES/AS: MARISOL CÁRDENAS, JUAN ANTONIO SERRANO

SEPTIEMBRE DE 2012

DEDICATORIA

A: Gael, Greta, Isaac, Eli, Isadora, Marcel, Alfonso, Cecilia y Hugo, José y Nery.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que supieron sortear las dificultades de mi presencia y de mi ausencia: sobre todo a mi familia; a X. Andrade, Ana Maria Goetzchel, Blanca Muratorio, a los y las amigas de la maestría y a FLACSO Ecuador.

ÍNDICE

RESUMEN	6
METODOLOGÍA	9
CAPITULO I: PANORÁMICA DESDE LA VISUALIDAD	11
1.1 Sobre una posible definición de Cultura	11
1.2 Breve recorrido histórico de la cultura visual	13
1.3 Navegación sobre la cultura visual	16
CAPITULO II MEDIOS Y CULTURA	17
2.1 Antropología y medios masivos de comunicación	17
2.2 Sobre la definición de Agenda setting	21
2.3 Sobre la definición de Opinión pública	24
CAPITULO III INCORPORACIÓN VISUAL Y ETNOGRÁFICA EN LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA DEL EXTRA	29
3.1 Sobre la comprensión de campo y campo periodístico	29
3.2 Mirada sobre las representaciones de los otros en diario Extra	31
3.3 Conformación de órdenes morales como explicación de la información mediática	33
3.4 Construcción de visualidades técnicas y etnográficas	36
3.5 Guía metodológica del documental “Horas Extra”	39
3.6 Guía estructural del documental “Horas Extra”	40
CAPÍTULO IV CONSIDERACIONES FINALES	42
5. BIBLIOGRAFIA	45
6. ANEXOS	49
6.1 GUIÓN DE EDICIÓN	50
6.2 TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS	88

RESUMEN

Es un hecho que a través del lenguaje los miembros de una cultura producen y transmiten sentidos, pero en algunas ocasiones restringimos la categoría de “lenguaje” únicamente al código lingüístico, lo que resulta un procedimiento altamente taxativo ya que se dejan por fuera otro tipo de códigos; como es el visual y el sonoro. Estos dos últimos códigos referidos, son importantes en medida que transmiten y refuerzan significaciones sociales y culturales profundas entre los agentes. Efectivamente, por lenguaje debe entenderse cualquier sistema de signos que transmita conceptos e ideas sobre lo que existe en el mundo real “objetivo” o imaginario, en ese camino razón tenía Gustave Flaubert cuando escribía: “Todo lo que inventamos es cierto”. Así, cuando hablamos de lenguaje:

“queremos decir cualquier sistema de representación- fotografía, pintura, habla, discursos escritos, imágenes hechas a través de la tecnología, esquemas o dibujos- que nos habilita para usar signos o símbolos para representar (*represent*) o volver-a-presentar (*re-present*) cualquier cosa que *exista* en el mundo en términos de conceptos, imágenes o ideas significativas” (Hall, s/a: 61).¹

Aclarando dicha categoría, es necesario expresar que la presente investigación estará vinculada a mirar la producción discursiva de los medios de comunicación gráficos, en este caso diario Extra de Guayaquil² no únicamente a nivel de recepción, sino más bien situado desde los propios periodistas y sus relaciones de involucramiento en la creación de sentido del medio desde la producción, por ejemplo de textos visuales como son las fotografías de crónica roja, pasando por la orden de producción hasta el momento del cierre de edición y envío a la máquina de impresión.

¹ Hall, Stuart. *Representations: Cultural representations and Signifying practices*. S/n. pag, 61 La traducción es nuestra.

² Es necesario aclarar que si bien la matriz de dicho diario está en la ciudad de Guayaquil, su tiraje es a nivel nacional con un aproximado de millón de lectores por día. Una oficina regional en Quito para apoyar el cierre de la primera edición que está direccionada específicamente a la sierra ecuatoriana y la segunda edición a la región costa específicamente.

De ese modo, la arista que se quiere mirar y hacer mirar está por fuera del análisis del medio ya impreso y distribuido, por el contrario, se busca erigir otra manera de distinción de lo que implicaría estar en el momento mismo en que se construye la agenda mediática en la sala de redacción. Esto implica que, de todo el proceso mediático (producción/emisión, circulación/distribución y consumo/recepción) con las complejidades que contienen cada una de esas locaciones, se seccionará como objeto de estudio solo a una parte del proceso: la producción y, de éste polo -el emisor-: la producción de imágenes fotográficas y su correspondencia con las condiciones y relaciones de producción, los actos y prácticas fotográficas, las ideas y conceptos que se tienen de los públicos o consumidores para crear el tipo específico de representaciones fotográficas en el diario Extra, es decir, comprender cómo se logran las fotografías para que estas, finalmente terminen siendo representaciones fotográficas de crónica roja.

No obstante, es necesario aclarar que el periodismo supone una especie de *doxa* que es brindar la información que los lectores deseen leer, por lo que nos hacemos una pregunta que servirá de guía para sustentar el interés principal de este documento y es: **¿de qué manera es representada la visión y la mirada del lector al momento de construir la agenda informativa en diario Extra?**

Para problematizar dicha cuestión es necesario el acercamiento teórico del posestructuralismo ya que éste gira en torno a la subjetividad discursiva que determina lo estético y no estético, lo bello y lo feo a partir de la corporalidad, sostenida en este caso en las fotografías. Y es que si un discurso no es portador de sentido y de poder, no califica como discurso, pues dentro del discurso de la lógica institucional de los medios, estos determinan lo falso o verdadero, a partir de lo que se considera que ocurre fácticamente en la realidad.

Asimismo, es también imperioso el acercamiento desde la antropología urbana, en tanto permite dos cuestiones: la primera consiente la inmersión en la edificación de respuestas a los dispositivos urbanos que refieren configuraciones identitarias, sexuales, de género, simbólicos e imaginarios que

se suceden en la contemporaneidad y la segunda, que habilita comprender los rituales de producción y de intercambio de sentidos entre administrativos, editor general, coordinadores, fotógrafos, periodistas, editores gráficos y de texto, fuentes e informantes noticiosos. Pues, todas estas partes del fenómeno mediático no necesariamente operan individualmente, sino que son resultado de procesos en disputa y negociación y que responden a relaciones de poder, de contexto social, diferencias de construcción y de uso, identidad, clase, género, etc, atravesadas con lo que la prensa sensacionalista de diario Extra supone que es “lo popular”.

En tal horizonte, este trabajo abordará tres temáticas: cultura visual, comunicación, agenda setting y etnografía mediática de Extra. Así, en el capítulo primero se realizará una aproximación al debate de la cultura y su paso a una cultura visual, sus paradojas y características que harán posible macro categóricamente un acercamiento a la presente investigación.

En el segundo capítulo se vislumbrará el problema de la comunicación, antropología, el discurso y su ligazón con medios populares de prensa gráfica, pero que tendrá el aditamento de mirar cómo y en base a cuáles muletillas (entendidas como la idea o la noción de que es el lector quien construye la demanda y consumo de la información) se construye la agenda mediática de Extra.

Finalmente, el tercer capítulo explicará la cuestión técnica del documental, una oferta de enfoque visual no solo como apéndice de un producto académico, sino que en base a miradas antropológicas sobre las producciones audiovisuales puede hacer de esta un repositorio integral de propuesta académica desde lo visual en base a la comprensión concreta del campo periodístico.

Es importante dilucidar que el lector en el caso de diario Extra, es apelado desde la ausencia, pues son sus editores, directivos, quienes asumen la demanda del lector en la construcción informativa y de fotografías, lo cual como se verá en el audiovisual documental es en cierto modo ficticio, pues el lector no, necesariamente, es quien determina el enfoque ni las demandas informativas

Metodología

- La investigación sobre diario Extra y su producción fotográfica tendrá como base el trabajo de campo, desde una mirada etnográfica, realizado en las circunscripciones del medio entre el 13 de febrero hasta el domingo 6 de marzo de 2011, puesto que plantea una propuesta académica desde una lente visual, como forma de acercamiento teórico a una situación dada.
- Tendrá como soporte definitorio el campo visual mediante la realización de un documental que muestre cómo se erigen una serie de construcciones discursivas sobre la crónica roja, mediante la llamada demanda de los lectores de dicho medio de prensa.
- Se utilizará recursos bibliográficos y testimonios de los periodistas que laboran en el medio como otro soporte que sostendrán el derrotero de este trabajo. Se muestra también entrevistas abiertas y semi-estructuradas a los colaboradores del diario. Los criterios de selección y relacionamiento se explicarán en el capítulo tres de este trabajo.
- Se utilizaron las técnicas de producción audiovisual y documental como herramienta de observación y recolección de datos audiovisuales, de comportamiento, acción y de registro de testimonio. El montaje tendrá un estilo interrelacionado con los diálogos de los entrevistados, e irán construyendo un solo discurso a través de sus propias palabras. Los tópicos serán elaborados en orden temático no así el orden temporal o de entrevista de los “informantes”. Es decir, la estructura del montaje en el documental jugará un rol importante dentro de la construcción de la narrativa mediática resultado de la yuxtaposición de los datos obtenidos.
- A esto se añade el efecto del color que es trabajado en varios matices del sepia para salir de la dicotomía del color en cuanto a que éste se

convierta en hilo narrativo como forma de separación de lo que se requiere resaltar o inquirir. Por tal motivo, el sepia y sus matices conllevan a una serie de sumatorias de varias narrativas; visionándose un juego de miradas del documental con los actores y entorno, el realizador-participante y los hacedores de noticias en una especie de caleidoscopio visual sugerente.

- Asimismo, la relación entre actores del medio de prensa y el documentalista no es aleatoria ni al azar, sino que permite expresar y transparentar las jerarquías de decisión en la configuración del corpus informativo, pero con un aditamento, el de develar la existencia de un proceso pedagógico que impone la estructura de Extra en lo que se refiere al campo periodístico. Así, los actores seleccionados fueron, el director de Extra: Nicolás Ulloa, jefe de redacción: Juan Manuel Yépez, Editor General: Henry Holguín, y los periodistas con mayor número de años en el medio, Jerson Ruiz, con 18 años e Ivonne Lagos con más de 20 años, los cuales estuvieron alrededor de diez años en crónica roja, y el fotógrafo Jorge Quimí, con 15 años de trabajo. Estas entrevistas que intentan un grado de profundidad se contrastaran con los más nuevos en el medio y con las acciones concretas sobre el saber hacer periodístico.

CAPÍTULO I PANORÁMICA DESDE LA VISUALIDAD

Este capítulo referirá el tema de la cultura, su definición en la modernidad y cómo esta categoría se va desplazando al mundo de la imagen, llegando a establecer nuevas dinámicas en cuanto al acercamiento del mundo y hacia el mundo, al punto de poder consignar la idea de una cultura visual con sus propias reglas y normatividades. Esto puede colegirse en los medios de comunicación gráficos, y como estos tienen un fuerte arraigo en lo popular, sea por su lógica masiva de llegada o por crear significantes de cómo debe entenderse lo popular.

1.1 Sobre una posible definición de Cultura

Definir a la Cultura ha sido siempre problemático, dadas sus varias acepciones epocales. Cada acepción configuraba un imaginario³ que procuraba sus propias prácticas, por ejemplo: ser culto dentro de una etapa de la modernidad implicaba ser letrado. La fuerza radicaba ya no de la palabra dicha u oral, sino que se cimentaba en el proyecto escritural europeo que repercutió en la configuración de los Estados nacionales.

De ahí que se pueda entender que la nación no es solo una comunidad imaginaria como aseveraría Benedict Anderson (2000 [1983]), es también un proyecto letrado que potencializó la perduración en el poder de (mestizos) letrados por sobre lo masivo popular que no tenía acceso a dicho ámbito.

Sin embargo, es importante situar a la cultura en un contexto histórico y político de occidente, dicho contexto es la modernidad, y ésta es: “(...) aparte de otras cosas y tal vez por encima de todas ellas, la historia del tiempo: la modernidad es el tiempo en el que el tiempo tiene historia” (Bauman, 2005: 119). Por tal razón define y da sentido a lo que se define por cultura, pues

³ Entendemos dicho concepto en este documento desde la perspectiva de Cornelius Castoriadis que comprende el imaginario en cuanto “...ya se trate de una invención absoluta, de una historia imaginada en todas sus partes, o de un deslizamiento o desplazamiento de sentido, en el que los símbolos ya disponibles están investidos de significaciones diferentes de sus significaciones "normales" o canónicas...” (Castoriadis, 1975: 89).

dicha categoría de ninguna manera se presenta como precisa, sino que por el contrario:

...la Modernidad puede ser vista como una realidad de concreción en suspenso, todavía indefinida como una substancia en el momento en que 'busca' su forma (momento en verdad imposible, pues una y otra son simultáneas); como una exigencia indecisa, aún polimorfa, una pura potencia (Echeverría, 1996: 80).

No obstante, y para reforzar lo añadido arriba, el teórico inglés Terry Eagleton (2002) sostuvo que con el paso del tiempo se le ha dado un sin número de significados, como para referirse a las actividades humanas, para intentar salir de cierta visión marxista ortodoxa que suponía que la cultura se refiere a la base y superestructura de un concepto. De ese modo, en la época moderna la idea de cultura tiene un valor religioso, la naturaleza tiene algo de cultural, pues las ciudades se levantan con arena, madera, piedras, etc. Por lo que:

La cultura evoca un control y, a la vez, un desarrollo espontáneo. Lo cultural es lo que podemos transformar, pero el elemento que hay que alterar tiene su propia existencia autónoma, y esto le hace participar del carácter recalcitrante de la naturaleza. Pero la cultura también es asunto de seguir reglas, e implica una interacción entre lo regulado y no regulado (Eagleton, 2002: 50).

En tal plexo, Eagleton también explica que la cultura se entiende como el cultivo de uno mismo, se desarrolla una dualidad entre lo que nos rodea y lo que está dentro de nosotros, el ser humano es un ser cultural. Mientras que Raymond Williams, (1994) se basó en que la historia de la palabra cultura engloba el trabajo rural, la civilidad, y civilización. La cultura fue parte de la Ilustración, en cuanto a la idea de progreso y secularización, de ese modo:

Como cultura, civilización también es un término parcialmente descriptivo y parcialmente normativo; puede servir para designar neutralmente una forma de vida o puede usarse para alabar una forma de vida por su humanidad, ilustración y refinamiento. (...) Civilización

quiere decir industrias, vida urbana, tecnologías...
(Williams, 1994: 78).

De tal manera podemos ver que la cultura es un universo de sentidos que no sólo dialogan en el plano simbólico-imaginario de las transacciones de significantes, sino que van materializándose en prácticas sincrónicas que determinan o le imprimen de sentido a lo real, aún sin que los propios sujetos sean conscientes de aquello. Es decir, la cultura implica yuxtaposiciones de lenguajes distintos a los que usualmente eran legítimos en otros periodos epocales. Así, la cultura adopta un nuevo matiz que se ve recapturado en lo visual como una forma de construcción de las nuevas sensibilidades (visuales, corporales, tecnológicas) comunicativas y antropológicas.

De tal manera, pese a tratar de reafirmar el orden establecido, la “cultura” tiende a incluir aquello que estaba relegado y no podía ser contemplado dentro de los parámetros tradicionales de vida, así tal como expresa Eagleton, “la cultura puede funcionar [...] como una afirmación de la existencia de una pluralidad de formas de vida” (Eagleton, 2002: 64).

1.2 Breve recorrido histórico de la cultura visual

La cultura visual es otra manera de transmitir sentidos por medio de imágenes⁴. En ese caso retomamos a Roman Gubern en un texto que nos posibilita ir leyendo histórica y antropológicamente esta posibilidad de interlocución en el paso de cultura a cultura visual, y tener en cuenta que la imagen en ningún momento es transparente, y muchas veces puede ser reinterpretada al punto que la imagen genealógica es casi discriminada por la nueva imagen dentro de la cultura visual.⁵

⁴ Teniendo en cuenta la relación que tienen los signos con el tipo de sujetos que los producen, en un interesante trabajo que Pierre Bourdieu realiza sobre la fotografía, resalta la importancia que el ethos social tiene en la posición ante las representaciones visuales. El modo de la actividad fotográfica puede así mismo y fundamentalmente expresar un ethos de grupo, la percepción de distancia con otro grupo, aspiraciones de prestigio social, etc. (Por esto) El uso de la fotografía (la importancia que se acuerda a la actividad fotográfica en general) sería un indicio de actitudes sociales más profundas. BOURDIEU, Pierre y otros. Un arte medio. Barcelona. Gustavo Gili. 2003.

⁵ Este ejemplo y muchos más podemos observarlo en la obra del artista contemporáneo Vik Muniz, (2000) cuando construye la mítica imagen de Ernesto Che Guevara fotografiada por Alberto Korda, en 1960, en una imagen hecha de frijoles. Desconstruyendo el imaginario de patria o muerte o de la lucha contra el imperialismo de la foto de Korda, por una imagen que representa varias Américas y lecturas desde la propuesta de Muniz, borrando todo proceso dicotómico y abriéndolo a la diversidad interpretativa.

En *Patologías de la imagen*, el teórico referido anteriormente hizo una aproximación muy sugestiva al tema de las imágenes, reconstruyendo el tránsito que éstas realizan en Occidente y dando cuenta de las comprensiones profundas, y hasta místicas, que han tenido en distintos momentos históricos de la civilización occidental y oriental.

Al iniciar su recorrido por las culturas primitivas, (Gubern, 2004) ejemplifica cómo el arte figurativo depende, en gran medida, del sistema de creencias y simbolización de las culturas que los producen. Las representaciones icónicas de las culturas africanas u oceánicas estaban ligadas a prácticas religiosas (como las efemérides funerarias) o a ritos en los cuales las imágenes eran utilizadas en la realización de actos mágicos. Para estas culturas, las imágenes se advertían como objetos dotados de poderes. Por ende, la manera en que se tallaban, o se daban forma a las figuras, distaba en gran medida de los sistemas de representación occidental, por lo que los primeros misioneros percibían estas efigies como ligazón con lo maligno o como elementos demoníacos a secas, y con la urgencia de significar tales prácticas, fuéronles dando el nombre de fetiches, palabra que proveniente del portugués *feiticio*, se refiere a hechizo.

Según la tesis de Gubern, las culturas griegas y romanas no tuvieron problemas para representar figurativamente a sus dioses. Sin embargo, desde el medioevo, a causa de la influencia marcada del judeo-cristianismo, Occidente tuvo mucho resquemor en la construcción de representaciones icónicas de las divinidades. De una parte, se consideraba una gran falta de respeto el tratar de imitar la obra creadora de Dios y por otra parte, adorar a una imagen, o imputarle cualquier tipo de poderes, se traducía en una actitud idólatra. Esto da cuenta de la gran incidencia que un aspecto cultural puede tener en la producción iconográfica, y a su vez en su representación posterior con cargas ideológicas de las clases poseedoras de hegemonía.

Para los profesantes del catolicismo, sólo con el *Concilio de Nicea*, en el año 787, se confirmó la licitud de la veneración a las imágenes. Allí se

acordó que “el honor rendido al ícono alcanza el prototipo y aquel que se postra ante la hipótesis de aquel que se inscribe en ella”, (Gubern, 2009: 69-104) a esta doctrina se le dio el nombre de *Translatio ad prototypum*.

Ahora, aunque la *traslatio ad prototypum* podría bloquearse si el concepto de belleza en la representación hace que la atención del fiel se obnubile y se concentre en el objeto material (pues cuando el objeto material es el destinatario final de la veneración se cae en la superstición, la idolatría o el mero goce estético) la iglesia optó por considerar como una superstición inofensiva la creencia de los fieles en los milagros causados por las imágenes. Empero, este Tabú iconoclasta ha seguido activo en otras culturas gracias al influjo de la religión, como sucede con algunos países islámicos. En Irán, explica Gubern (2004) por ejemplo, se prohibió el cine y el vídeo tras la revolución islámica de 1979 y éstos no volvieron a ser autorizados hasta marzo de 1993.

A pesar de esto, en la cultura occidental hay continuidades, -al margen de la magia y la religión- de la *traslatio ad prototypum*. Gubern cita la costumbre de castigar las estatuas de los enemigos, la veneración –a veces incomprensible para la racionalidad- que profesan los fans a las fotos o afiches de sus estrellas o el cuidado con el que se trata el retrato de un ser amado⁶, como ejemplos de ésta en el orden laico. De hecho, el arte del retrato y la caricatura han sido utilizados masivamente para numerosos ritos sociales de *translatio ad prototypum*. Incluso en la vida cotidiana, al enunciar que el rostro es el espejo del alma, se está haciendo otra versión indicial y pragmática de la *translatio ad prototypum*, desde la imagen figurativa (el rostro), hacia el prototipo del sujeto (su alma). La *traslatio ad prototypum* funciona como la metáfora moderna, explica lo que se quiere decir por medio de otra cosa.

Este recorrido realizado por Gubern nos parece muy interesante, ya que da muestra de cómo las realidades sociales y culturales han influenciado en las

⁶ Ejemplo de esto, pero con una perspicacia teórica podría revisarse en *La cámara Lúcida* de Roland Barthes

diferentes maneras de valorar y en la formas de producir las representaciones figurativas, y que lejos de ser estáticas siguen variando, imbricándose o yuxtaponiéndose unas a otras, para dar mayor fuerza a la cultura visual.

1.3 Navegación sobre la cultura visual

En tal escenario, las producciones visuales toman fuerza pues se convierten en textualidades pos escriturales, lo que de una u otra manera construye una subjetividad no sólo en los observadores, sino en la propia lente del creador y productor que dilucida un trabajo en el que están inmersos sentidos de realidad y de información de esa realidad. Justamente, la convivencia de culturas electrónicas-visuales y otras basadas en lo no verbal, sea por la proxémica (territorio), la kinésica (gestualidad) y lo corporal dotan de sentido a nuestras sociedades actuales, logrando la transferencia de culturas textualizadas a culturas visuales; lo que de ningún modo eliminan dispositivos disciplinarios, sino que erigen regímenes ópticos de control, que no sólo están tasados por la idea del panóptico foucaltiano donde se es observado por una maquinaria de visión y control, sino por la propia idea de que los sujetos también miran y controlan a los observadores en el sentido del sinóptico de Zygmunt Bauman. Lo sinóptico es una nueva manera de control no ejercida desde máquinas de visión, sino que establece una tecnología inversa en que la visión del sujeto también ejerce normatización hacia la propia maquinaria de visión.

De ese modo puede llegarse a comprender, por qué los medios de prensa sensacionalista expresan que cumplen con lo que demandan los lectores, e incluso burlan los regímenes de censura del poder panóptico para convertirse en entes que ejercen el control desde los propios lectores hacia el poder inconmensurable pero jerarquizado.

CAPÍTULO II MEDIOS Y CULTURA

En este apartado se expondrán conceptualmente cómo se entiende a la antropología y su debate con la comunicación y qué papel juega ésta en los medios gráficos. Además estará presente la noción de discurso y agenda setting para entender cómo se construye la información y noticiabilidad de las imágenes en diario Extra. Es importante describir el proceso por el cual, los medios de prensa gráficos suponen una interlocución con los lectores, reforzando concepciones de lo popular no sólo con lo masivo, sino con la patrimonialización de lo popular con lo violento y descarnado.

2.1 Antropología y medios masivos de comunicación

La antropóloga norteamericana, Sara Dikey (2006, s/n) señaló que en las últimas décadas en la disciplina antropológica se ha ignorado sistemáticamente a los medios masivos de comunicación como categoría de análisis e investigación, como si los medios masivos de comunicación existieran fuera de las esferas sociales. Empero, las reflexiones antropológicas de Michael Fischer sitúa al campo mediático desde el contexto que la disciplina ha tenido en conjunción con el fenómeno masivo:

La antropología moderna de trabajo sobre el terreno nació en este nuevo contexto - por ejemplo, el cine fue introducido y empezó a producirse en la India mucho tiempo antes de que comenzase la revolución antropológica de Malinowski, [...] y sin embargo, por extraño que parezca, esta disciplina ha ignorado ampliamente este universo de percepción hasta hace muy poco (Fischer:1991, 531 en Dikey; 2006: s/n).

Universo que para de León Vásquez (2008) fueron teorizados como fenómenos de comunicación atendidos desde los fundacionales de la ciencia social moderna:

Quizás debido a que la comunicación es inherente a todas las actividades sociales, los propios fundadores del pensamiento

social dieron la pauta para que se constituyera en elemento clave del estudio de la sociedad. Durkheim (1986:205), al hablar de las representaciones colectivas, y Weber (1983), al plantear la acción social provista de sentido, estaban construyendo ejes de análisis donde los fenómenos comunicativos tenían cabida de manera importante, aunque no se les llamara así explícitamente (de León Vázquez, 2008: 150).

De tal manera, la comunicación en esta investigación será comprendida no únicamente como un flujo de información constante y perpetua, sino que muestra además:

El carácter más evidente de la comunicación, es su extrema necesidad: solo hace posible la vida del individuo, es decir, el aprendizaje constitutivo de la naturaleza humana y la inserción de lo viviente en estos múltiples sistemas de interacción que hacen posibles, para los grupos y para el conjunto del cuerpo social, tomar forma e identidad (De Certau, 1995:139).

La comunicación funciona por medio de operadores de difusión, el caso del mediador es estimular la intensidad de los intercambios. En antropología como en comunicación, el intermediario tiene como base figuras históricas, por ejemplo los redactores de catálogos de viajes o de modas mezclaban sus fragmentos de alta cultura con saberes populares, significado que une el saber antiguo con el nuevo. Dentro de los medios articuladores tenemos: la televisión que generó un discurso en el que cada cual puede interpretar de diferente forma la misma información, la radio con tendencias culturales y comerciales dirigida a cierto sector, y la prensa gráfica que articula cuestiones estrictamente informativas, con ocio y modos de lectura de un acontecimiento.

De este modo, los medios de comunicación ejercen poder sobre la vida social y culturas contemporáneas; pueden desarticular y configurar nuevamente ciertas estructuras desde la subjetividad como sensibilidades, percepciones, conductas y valores. Todo esto mediante un orden discursivo que normatiza el hecho mismo de la producción informacional hasta el grado de generar un punto de vista sobre lo que se lee o en este caso sobre lo que se mira, legitimando su inclusión o exclusión del objeto, pues:

En toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad. En una sociedad como la nuestra son bien conocidos los procedimientos de exclusión. El más evidente, y el más familiar también, es lo prohibido. Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin no puede hablar de cualquier cosa (Foucault, 1994: 23)

Las relaciones, en el campo mediático se pueden traducir en la producción, puesta a circular y recepción/consumo de mensajes, símbolos o signos que son leídos visualizados e interpretados por grandes grupos de personas dentro de sectores segmentados en una misma sociedad y que están siendo producidos por personas que responden a y trabajan dentro de industrias o empresas -el medio- y que de igual manera hacen interpretaciones de los hechos sociales y, a la vez, asignan funciones sociales específicas a esos mensajes:

La gente actúa materialmente en el mundo y esto genera cambios sobre él. Al mismo tiempo, crean y generan signos que orientan sus acciones en el mundo y entre sí; a su vez estos cambios afectan su capacidad para actuar en el futuro. En este proceso despliegan mano de obra e interpretaciones y lidian con el poder que dirige esa mano de obra y forma esas interpretaciones (Wolf, 2001[1998]: 369).

Por lo tanto, la noción de poder está presente como un halo evidente o sutil en los medios de prensa, pues la idea de poder transversaliza sus prácticas. De ese modo, el discurso es un mecanismo de poder. Y se asienta en las instituciones para su propia reproducción, y sobre todo como un dispositivo de control y disciplinamiento, en este caso de los medios de información. Relaciones de poder que para Foucault no se encuentran en un solo lugar sino que permean todos los niveles de la existencia social:

El poder no solo es negativo, no solo reprime lo que pretende controlar. También es productivo. No solo pesa sobre nosotros como una fuerza que dice no sino que atraviesa y produce cosas, induce placer, formas de conocimiento, produce discurso.

Necesita ser pensado como una red productiva que penetra todo el cuerpo social (Foucault, 1980: 119).

Si seguimos a Foucault, diremos que el discurso produce exclusión en tres campos definidos: el de la locura, la política y la sexualidad. Entendiendo el campo de la locura entre lo verdadero y falso, la política como biopoder y la sexualidad en cuanto disciplinamiento de los cuerpos y control por medio de la demografía. Es necesario recalcar de acuerdo a una interpretación crítica del texto referido, el discurso se mueve en función del deseo, o como objeto de deseo; es decir, el discurso es proporcional en función de quien lo dice, de quien ejerce la voluntad de verdad como destino. Empero, esta voluntad de verdad es precedida por la separación entre lo falso y lo verdadero de una voluntad de saber. Es decir, la voluntad de verdad necesita de las instituciones para legitimarse, y entiéndase las instituciones no solo en sentido material, sino en formas de clasificación de las disciplinas como fue la pedagogía, o la edición textual y de imagen de los medios en la actualidad.

Que, planteado por el filósofo francés, un enunciado es importante para las ciencias sociales en cuanto al administrar el conocimiento, y del mismo modo, en los medios de prensa sensacionalista: los hechos discursivos están inscritos en la veracidad, lo que acaece de la “realidad”, por lo que los medios se atribuyen que las informaciones están basadas en hechos que pueden tomarse como una verdad de facto.

De ahí que para partir de esto sea importante comprender, en el caso de los medios gráficos de prensa sensacionalista, la existencia de una red productiva que se traduce en la emisión mediática como una organización social que lidia con el Estado, el poder político, el poder económico, empresas privadas o anunciantes; con las políticas de comunicación, y las autorregulaciones que los mismos medios se imponen, como una forma de construir su propia lógica de agenda setting. Orientando construcciones discursivas y acciones específicas que traducen la forma en cómo se elaboran y se configuran las noticias mediáticas.

2.2 Sobre la definición de Agenda setting

Los estudios de *agenda settings* o establecimiento de agenda mediática tratan a la producción de comunicación mediática como la configuración de las temáticas de información en las cuales no solo se reproduce información sino que los medios, más allá de los mensajes y productos, “contribuyen a construir categorías del acontecer sobre las cuales parecería importante pensar” (McCombs, 2006:290). A través de la selección temática de las noticias y negociación con las fuentes de información, quiénes son los informantes importantes, los voceros oficiales del acontecer y cómo estos desde sus propias agendas, dialogan y disputan las valoraciones dentro del medio.

Es decir, desde la producción de lo que se dice y se cuenta en los medios se puede entender los modos de configuración de los mensajes, la manera en cómo y por qué la selección de una noticia y no otra y qué fuentes de información son necesarias para la construcción y producción de lo mediático.

Para Maxwell McCombs “la agenda es establecida por las tradiciones, las prácticas y los valores del periodismo como profesión” (1996: 34) involucran todas las relaciones y prácticas del establecimiento del “orden del día” mediático en el cual los medios si tienen una influencia directa sobre lo que se cuenta y no se cuenta, sobre el cómo se cuenta un hecho noticioso, pero, al mismo tiempo estas influencias dialogan con los sectores políticos, sociales, la parte de los consumidores. Precisamente, las agendas de los medios tienen que disputar y negociar con las agendas de los demás sectores, externos al medio y, además con las políticas estatales, privadas, las regulaciones y reglamentaciones jurídicas, etc.

A la vez, cabe preguntarse quién establece las políticas de selección noticiosa. Esto es un proceso que nace desde los propietarios de los medios de información, las políticas de los anunciantes y auspiciantes, patrocinadores, espacios de circulación. También está presente la agenda de los editores y de los periodistas (gráficos y visuales), y con poca influencia, la de los consumidores. Pero lo que se quiere poner en relevancia mediática es que:

En estas agendas en interacción, la agenda mediática es relevante porque es la que con mayor fuerza puede colocar los temas ante los públicos y existen algunos de ellos que por

diferentes factores (historicidad propia de la sociedad en que emergen, su confluencia con proyectos políticos determinados, entre otras cosas), mantienen preponderancia en los medios y van sedimentando en la sociedad, y finalmente su cobertura mediática ejerce un efecto de mediano y largo plazo entre la opinión pública. (de León, 2008:166).

Por todo lo anteriormente expuesto, para tomar a la producción mediática como hecho a distinguirse, es importante plantear divisiones y diferencias existentes entre creadores mediáticos y los roles o funciones de las personas que operan dentro de un sistema complejo de representación masiva.

Dentro de esas formas del cómo se produce el acontecimiento⁷ se pueden establecer también distinciones entre los participantes o trabajadores de los medios de comunicación y las formas de utilización de los medios (agenda). Al mismo tiempo, no se puede separar la influencia de los consumidores dentro de las configuraciones de construcción y producción de los mensajes, ni la cercanía a las culturas o comunidades a las que intenta abarcar el medio como cadena de consumidores. Para Sara Dickey:

Los productores son casi siempre consumidores de los medios de comunicación por ellos mismos y de otros más, mientras que los consumidores desempeñan una función en la configuración del producto final (Dickey, 2006 s/n).

De aquí que una de las pautas primordiales en esta investigación fue el develar las redes que generan esa dependencia con las distintas instancias de la producción mediática y su relación con la construcción de imágenes fotográficas que serán puestas a circular en el papel de diario de Extra.

Al abordar a la producción en los medios masivos de comunicación como objeto de estudio antropológico entenderé a estos como parte de un todo que no opera de manera separada sino que se desenvuelve en torno a una correlación e interdependencia con las demás partes del proceso mediático. Existen los productores (dentro de los medios y su estructura jerárquica), los

⁷ La idea de acontecimiento en la prensa puede entenderse en tanto el medio plantea el proceso de: “agudizar la percepción del consumidor de medios informativos y si logra convencerlo de que son algo más complicados de lo que suponen sus detractores sistemáticos y también algo menos transparentes y dóciles de lo que se complacen en imaginar quienes los controlan” (Verón, 1995)

mensajes o textos: escritos, visuales, sonoros (Dickey, 2006); por el otro lado están los consumidores de esos textos puestos a circular sean en forma de prensa, radio, televisión, cine, internet, etc.

Llamaré a los productores, al sitio mediático en donde existen personas creadoras de manifestaciones culturales encargadas en segunda instancia de poner en circulación mensajes masivos que llegarán a diversos tipos de usuarios o audiencias. Proceso en el que tanto productores, medios, mensaje, consumidores o usuarios y contexto social se relacionan con las demás y a la vez cada parte opera individualmente, sin desligarse de sistemas sociales, políticos o económicos delimitados, pero que se sustancializan por ejemplo, dentro de la creación de textos y/o representaciones visuales: las fotografías de crónica roja en el Diario Extra.

En ese contexto, más lo dicho anteriormente se supone la existencia de una organización social de la producción, una organización social de la circulación y otra del consumo de las representaciones mediáticas y, finalmente, una más compleja, la esfera que se conforma al juntar los tres polos de esta economía mediática. Cabe resaltar que estas organizaciones jerárquicas están limitadas por las diferencias existentes en la sociedad y en ese mismo proceso de mediatización. Lo que nos lanza a poner la mirada, por ejemplo, sobre las agendas establecidas de representación en dichas organizaciones, las tensiones por la hegemonía de dichas representaciones y las exclusiones de representación o, problemas de sobre-representación de algunas de las partes integradas por personas que no están separadas de toda la trama social y cultural en donde los medios masivos son parte fundamental de ese proceso de construcción social de una parte de la realidad. Pues siguiendo a Henri Lefebvre:

El mito en los tiempos modernos perpetúa el poder mítico de los antiguos tiempos. Es decir que es simultáneamente verdadero y falso. Verdadero: los que tienen poder pretenden ser inaccesibles. Se esconden dejando el teatro político a los bufones. Falso. La trascendencia se realiza hoy día con medios de comunicación, mediante las representaciones de medios masivos de comunicación (Lefebvre, 2006: 90)

La producción mediática también puede ser abordada cualitativamente desde las perspectivas planteadas por James Clifford (2001 [1998]: 71), sobre la autoridad etnográfica dando voz a los -ya no informantes- sino partícipes de esa realidad, del contexto y la organización mediática; en el caso de esta propuesta los actores del proceso de creación de imágenes fotográficas que se convertirán en representaciones culturales de crónica roja.

O en la búsqueda de fuentes y referentes que marquen la *distinción* (Marcus y Fischer, 2000: 75) exhaustiva entre esa construcción de las representaciones, que den cuenta de cuáles son las prácticas adquiridas de un fotógrafo en un medio masivo, qué relación tienen los fotógrafos con el editor, con el entorno mediático, que visión de la cultura y de la sociedad tienen los periodistas gráficos y como se disputan las formas de representación entre los actores y hechos externos al periódico, por ejemplo qué política editorial y de representación manejan los directivos del medio y cuál es su relación con la historicidad social y cultural de los pueblos sobre los que construyen las noticias que en un tiempo determinado regirán como historia.

2.3 Sobre la definición de Opinión pública

¿Qué es la opinión pública? Su significado sufre cambios conceptuales y concepciones diferentes a lo largo de la historia, sólo puede conseguirse partiendo del cambio estructural de la publicidad misma y de la dimensión de su desarrollo. Antes, en Francia equivalía a la opinión del pueblo por ejemplo. Construir una opinión no requiere nivel de instrucción, no necesita participación del raciocinio ya que es una simple manifestación, mientras que Opinión Pública encierra reflexiones privadas acerca de asuntos públicos.

“Opinión Pública” significa cosas distintas según se contemple. Como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente licitada del ejercicio del poder político y social; o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, “representativa” o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas (Habermas, 1994: 178).

Ante la esfera pública y privada, aparece una tercera: la social (cuyo significado está distante de las antes mencionadas). Ésta se origina en las cambiantes relaciones de la sociedad, basados en modelos como mercado y comercio. El ámbito social rompe las limitaciones del dominio señorial-estamental, que cerca del siglo XIX fue un Estado intervencionista, dominado por una publicidad políticamente activa, coordinado con los intereses de la sociedad burguesa. Habermas lo denominó “*una socialización del Estado*” y una “*estatalización de la sociedad*”, de ambas germina la esfera social que borra la diferencia entre “público” y “privado”.

El Estado interviene en asuntos considerados de la esfera privada, y a veces con fines sociales, como por ejemplo con la obligatoriedad de asistir a la escuela y al servicio militar, la empresa clásica (siglo XIX) y el nuevo ámbito profesional es asimilado como quasi-público, los miembros de una familia son “socializados” por instancias extra-familiares por parte de la sociedad, las necesidades básicas de la familia privada son garantizadas públicamente al miembro individual de la familia, las casas y ciudades también cambian, se aíslan las casas (por jardines y vallas) y dentro de la casa se aíslan nuevamente, por la individualización de la familia al poseer un cuarto cada miembro, dando un sentido de status y confort de acuerdo al modelo dominante de la época.

Con las leyes del mercado, que controlan la esfera del tráfico mercantil y del trabajo social, el raciocinio tiende a transformarse en consumo, del público culto a un público consumidor de cultura, según el pensador de Frankfurt. Esta publicidad consumidora de cultura pertenece también, a los medios de comunicación de masas que van penetrando en el espacio de intimidad de la familia. Desde mediados del siglo XIX cambian, mutan ciertas instituciones del entonces reservado uso exclusivo del público raciocinante, ahora las sociedades varoniles, los clubs tambalean, en cierto modo los reemplazan otras actividades de corte más consumista en un ambiente más social que puede prescindir de discusiones, de reflexiones, como la ida colectiva al cine, la sumada recepción de emisiones radiofónicas o televisivas y el consumo a gran escala de un medio impreso con periodicidad diaria.

En tal sentido y en el mundo contemporáneo:

La cuestión está, pues, en quién domina los medios, qué clase de valores transmiten, qué intereses representan. El poder, en definitiva. Pero no es sólo una cuestión de dominación, sino también de respuestas, de resistencias, de mudanzas sociales y de cambios en la hegemonía de valores. La esfera pública contemporánea es necesariamente mediática, y esto implica que no sólo los medios generan representaciones sociales, [...] además, son el principal escenario donde se dirimen los conflictos de la arena pública, donde se definen problemas sociales y donde se problematiza la política de representaciones. (Comas D'Argemir, en Bullen y Mintegui, 2009: 182).

Fue Walter Lippman con su obra *Opinión Pública* (2003 [1922] s/n) quien introdujo la forma de trabajo y estudio de la producción mediática analizando las formas en cómo los medios hacen representaciones de lo público y las ponen a circular por medio de las construcciones simbólicas de la realidad como las noticias y relacionando estas con los límites del “espacio público” y el “espacio privado” despuntando el hecho de que las noticias constituyen una “reconstrucción social de la realidad” que para de León Vázquez

Al considerar que existe un “mundo exterior e imágenes en nuestra cabeza”, Lippmann también contribuyó a construir una teoría de las representaciones donde existen aspectos de la realidad que pueden ser construidos en forma de imágenes que organizamos en nuestras mentes y colocamos en ámbitos en los que esas imágenes se distribuyen. Esto también implica que existe una opinión pública en función de las mentes individuales que coinciden en las representaciones del mundo. (de León, 2008:152).

Con esta explicación lo que se quiere introducir es que la opinión pública no es universal sino particular, pues las deliberaciones universales que se muestran como públicas, son en realidad de los privados (empresarios, editores, dueños de medios) pero que se mistifican como si fuera de interés general. En tal senda, los medios de prensa, y concretamente diario Extra supone una agenda vinculada a las dinámicas de cierta concepción de lo popular, entendiendo lo popular no únicamente como lo masivo, sino con una especie de economía simbólica que conjuga el espectáculo con la banalización

de lo real con la realidad. De ese modo se instaure un poder disciplinario que somete a quienes resultan observados y son los medios de comunicación los que desarrollan la vigilancia y el castigo, elaboran discursos de violencia, delincuencia, mujeres maltratadas, barrios marginales, generando imaginarios de amenaza, peligrosidad y miedo hacia el otro, conculcado en los temores al salir a la calle, por ejemplo.

Otros, pierden su espacio de intimidad, privacidad y varios espectadores o lectores llegan a tener el alcance de conocer problemas de vida personal de personas que se ponen en evidencia a través de pantallas o medios impresos.

Los familiares de las víctimas resultan ser importantes a la hora de fotografiarlos o al entrevistarlos, para dar un ingrediente adicional al momento de informar, creando más rating en televisión o aumentando las ventas de periódicos, esto quiere decir que de los hechos de dolor se puede usufructuar, dando lugar a un espacio en el que

Los barrios siniestros, los rostros monstruosos, son observados en pantallas y periódicos. (...) La muerte es producida y circula como un objeto más de consumo visual y afectivo; sin embargo, todo ocurre como si esos cuerpos recibieran su cuota de respeto. En el fondo, ocurre una cosificación de la muerte no sólo para vender, sino también para afianzar ciertos poderes (Jiménez, 1998: 192).

De ahí que, en el caso concreto de Extra, su opinión pública se inscribe en la idea de una simulación convencida de que el diario avanza en función de los lectores. Más, junto con Alexander Jiménez en cuanto a la idea de simulación, éste indicó que los medios de comunicación en la práctica saben sobre qué pueden o deben informar y sobre lo que nunca podrían hablar, como por ejemplo los movimientos de sectores empresariales, o políticos que tienen poder y dinero, ya que por esas mismas circunstancias que rodean a ese sector de la sociedad no les es permitido adentrarse en su vida privada. Esto hace que se segmente tanto el público como los representados en la noticia del diario para mostrar los problemas y carencias solamente de sectores populares. Justamente:

Según Aristóteles, la tragedia antigua, puesta en escena curaba y purificaba simulando acciones como sufrir y morir. Hoy día, los procesos comunicativo–informativos tienen un monstruoso poder para simular y disimular la realidad social, para ponerla en escena y garantizar la manera de estar dada sin sufrir alteraciones de fondo (Jiménez, 1998: 197).

CAPÍTULO III INCORPORACIÓN VISUAL Y ETNOGRÁFICA EN LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA DEL EXTRA

En este acápite se expondrán las partes decidoras de la construcción simulada de la agenda de diario Extra por parte de los lectores en el trabajo etnográfico, realizado entre el 13 de febrero hasta el domingo 6 de marzo de 2011 en la matriz del medio referido, en la ciudad de Guayaquil. Explicando que dicho medio se mueve en función de su propia construcción de campo, con sus propias reglas y normas. Además exhibirá los sentidos comunes de afirmar que Extra da al público lo que éste demanda, por tanto es un reflejo de la realidad negada por otros medios. Además se consignarán los detalles técnicos del documental y la propuesta de visualidad no sólo como forma de ver el producto, sino como una instancia misma de la visualidad teórica de la antropología y la comunicación visual. A manera de Mitchell: entendiendo a la imagen como no dicotómica en su relación con lo visual-verbal y lo verbal-visual. Esta muestra documental mostrará como medida de análisis y postura, de muestra y visión, lo que ocurre en la producción mediática del Extra.

3.1 Sobre la comprensión de campo y campo periodístico

El pensador francés, Pierre Bourdieu, propuso ciertas categorías para leer la realidad y la historia de una manera crítica, añadiendo que todas las interacciones de los agentes se desenvuelven en espacios de fuerza (Bourdieu y Wacquant, 1995: 157). Así, propone la noción de *Campo*. El campo debe pensarse en términos de relaciones que existen independientes de la conciencia. Entonces, *campo* puede entenderse como una red de relaciones objetivas entre una u otra posición.

De ahí que sea importante destacar que entre los diversos campos, el del periodismo se caracteriza por ser asociado a la idea de relatar la realidad en la total transparencia entre los agentes (los que producen la noticia o los que son parte de la misma) y hechos. Por tal motivo, todas las relaciones de fuerza entre ellos define la estructura del campo.

Los agentes pueden diferir de acuerdo al capital que poseen (capital cultural, económico, social y simbólico) tanto en su posición como en su toma de posición. Es decir, alguien puede tener un capital cultural acrecentado mientras que su capital económico es menor con relación al primer capital o viceversa.

Tenemos con esto una dinámica de los campos que procede de acuerdo a una configuración de estructura, y se evidencia en los espacios de las fuerzas que se enfrentan en ese campo, por ejemplo la de un diario serio y objetivo frente al sensacionalismo de Extra. Pues el campo es un lugar de luchas, de cambio o manutención de esas fuerzas. Y son los agentes los que de acuerdo a sus propias estrategias dependen de la posición del campo.

El campo hay que entenderlo como historia, por su proceso de lucha. Esas luchas se evidencian en los agentes e instituciones, con diferentes grados de fuerza, por tanto con diferentes posibilidades de éxito. Es decir, el campo excluye analogías de aparatos pues no es una visión, es monolítica y teleológica: y excluye también analogías de componentes, ya que el campo es un juego mucho más complejo, pues son relaciones de fuerza, por tanto está en permanente cambio.

Con lo dicho anteriormente: el campo periodístico se legitima como una relación de poder, y en ese escenario se puede decir que Extra al entrar a tener relaciones de poder, posee una estructura mediática y tal estructura compete dentro del campo de prensa. Por tales motivos es angular también analizar las formas en que los periodistas de Extra interiorizaron su mundo, las condiciones sociales y económicas en que se desarrollan dentro de ese campo.

Por tal razón, es imperioso sumar a la noción de campo, las categorías estratégicas de *Habitus* e *Illusio* para entender cómo y por qué los medios de prensa y los periodistas configuran una fuerza dentro del campo que actúan.

“La *illusio* –afirma Bourdieu- es lo opuesto a la ataraxia; *se refiere al hecho de estar involucrado, de estar atrapado en el juego y por el juego*”. (Bourdieu y Wacquant, 1995: 167). Así que, la *illusio* es un reconocimiento al juego dentro del campo y las reglas que lo rigen. Si esto es así, se necesita de algún modo interiorizar aquellas reglas –en el propio campo mediático- del

campo donde se encuentra luchando. Bourdieu, incorpora entonces la noción de Habitus como una forma de interiorización del mundo social, y también como un sistema de clasificaciones de las prácticas de los agentes, o en su caso concreto de las historias que él produce⁸. El habitus entonces es un juego de doble vía; por un lado es un planteamiento individual, pero al mismo tiempo es social.

El Habitus es un sistema de percepción subjetiva de la institución de lo social, mientras que los campos son un sistema de objetivación de la institución de lo social. De ahí que la relación entre habitus y campo es de condicionamiento: el campo estructura al habitus. Empero también es una relación de conocimiento: el habitus dota de sentido al mundo. La realidad social, entonces, es una construcción doble, de habitus y campo, subjetiva y objetiva de los agentes. Sus acciones están definidas por la práctica y definición entre habitus y lo que esté acaeciendo de manera coyuntural en el campo. El habitus explica de manera real el funcionamiento cognitivo de las prácticas en el mundo de la acción del campo.

Habría que añadir para concluir con este ítem, que el habitus aparece en relación a una situación determinada, y es un dispositivo que actúa en el campo, y que puede generar prácticas disímiles, incluso opuestas, debido a que los agentes sociales –en este contexto todas las jerarquías de un medio como Extra- no son determinados por causas externas (los lectores por ejemplo), sino que, son producto de su propia noción de historia, es decir de cómo entienden la historia de los otros.

3.2 Mirada sobre las representaciones de los otros en diario Extra

Una de las cuestiones cardinales de Extra, como medio sensacionalista, es la publicidad de los sujetos desplazados, no sólo en el ámbito del trabajo/producción de riquezas, sino en la propia concepción simbólica del desplazamiento, al punto de invisibilizarlos de las dinámicas públicas, pero

⁸ Los entrevistados y las personas que trabajan en el periódico hacían evidente esta conformación del campo. La mayoría tienen el concepto y el esquema creado por Hólguin, en cuanto a configuración periodística, de la misma manera en que se encuentran agradecidos por el trabajo y el aprendizaje periodístico. Han interiorizado un sabe hacer y un deber hacer mediático.

que son traídos a la esfera pública mediante los soportes de lo grotesco y lo bárbaro. Así, el poder mediático realiza un principio de traslación de la violencia social a los márgenes, creando una doxa de que son los sectores y sujetos marginales donde la violencia es un hecho endémico. Por lo que reviste un nuevo sentido identitario que desplaza lo inestable de la configuración identitaria, por un esencialismo bárbaro y de muerte. En esa línea se puede expresar que:

Con la gente de clase media, o de una buena posición económica, se complica más el trabajo, es difícil contar con testimonios de familiares, prohíben tomar fotografías, la familias no informan sobre sus asuntos personales, y no buscan ser el centro de la noticia acerca de su vida en un diario sensacionalista ni en televisión⁹.

En el caso de diario Extra, son las propias víctimas las que demandan ser incluidas como parte de las agendas fotográficas e informacionales según el propio editor general, Henry Holguín (Entrevista:26/02/2011), pues se conciben dos razones: una que está anclada a que el apareamiento en el medio es una forma de sublimar el duelo mediante la consignación del familiar o amigo que es mostrado como una sinécdoque de la violencia generalizada en el país, y que según sus editores es lo que se oculta, pero que el medio en una especie de heroísmo mediático se atreve a mostrarlo para que la gente observe que la realidad no es tan sencilla como se piensa; y la segunda razón, supone la presión del medio, en ámbitos de justicia o de movilización de estructuras armadas del orden, para intervenir en el crimen o en el delito, pues si uno se fija con acuciosidad, diario Extra jerarquiza el tratamiento a sus informaciones mediante el género noticioso, por lo que parecería que bajo este género las respuestas de autoridades medias y grupos policiales poseen un grado de eficacia con las víctimas de los acontecimientos publicados en dicho medio.

⁹ Por ejemplo en la observación visual realizada con el equipo de cobertura del turno de la Noche, donde acudieron a Sauces, barrio de conjuntos de clase media de Guayaquil. Buscaban a un chico que fue víctima de un asalto a mano armada. Sus familiares no permitieron el ingreso del fotógrafo y solo dieron informaciones generales al respecto. Esta situación se muestra en el documental.

Aunque, finalmente, en la mayoría de las ocasiones tengan que publicar la verdad jurídica¹⁰ u oficial, contrastándola con las voces, los testimonios y las imágenes de las víctimas.

Con lo anterior, se puede determinar que el fenómeno mediático es un espacio de representación en disputa en donde se crean identidades mediáticas desde los productores e identificaciones mediatizadas (Sampedro, 2003: 138) en el caso del uso concreto de los usuarios de un medio. Las identidades mediáticas con las construcciones de representación que crean los medios masivos con respecto a un grupo social o a una persona y las identificaciones mediatizadas que son específicamente el uso social que hacen los públicos o las audiencias de esas identidades o representaciones creadas en los medios.

Por consiguiente, desde la sala de redacción de Extra se estaría muy consciente de que los otros, las víctimas, los lectores fieles del medio, son los que de una u otra manera influyen en la construcción noticiosa, y los propios directivos del medio asumen que las publicaciones son propiedad de los lectores, pues estos han esbozado las noticias que desean ser miradas. Ya que ocurre un fenómeno interesante, pues el propio lector tomará partido de algo que lo identifique, sea a nivel de clase, de género, política o culturalmente, así:

Para distinguir entre unos y otros el lector tendrá en cuenta sus condiciones de significación, y por consiguiente su legitimidad: en efecto, si un discurso pudiera clasificarse en una categoría, si no pudiera advertirse su razón de ser, resultaría sospechoso (Verón, 1995: 6).

3.3 Conformación de órdenes morales como explicación de la información mediática.

En la investigación realizada ubicamos que el periodismo sensacionalista se robustece en el ámbito no solo de las facticidades representacionales, sino que se desplaza al ámbito de lo moral. Por tal razón, los editores y coordinadores

¹⁰ La verdad legal para el campo del Extra es lo que publica la fiscalía, los que dicen los policías, lo que consta en el parte policial, etc. Es decir, lo que responde a un órgano institucional y del cual el diario puede apelar como categoría o muestra de que no están mintiendo o inventándose los hechos o las narraciones sobre esos hechos.

de Extra afirman abiertamente que lo que ellos realizan está en el ámbito de la exposición de la verdad incómoda que la sociedad produce.

De tal manera, por una suerte de prestidigitación mediática se convierten en actores dirimentes sobre lo que la sociedad intenta ocultar, para catapultarla a la esfera pública, donde se debaten las interpretaciones de lo cotidiano. Pues van utilizando, desde el ámbito de la producción, una línea que traspolo la acción informativa al concepto metafísico, como una manera de no menguar la autoridad como institución informativa, por ejemplo la periodista Germania Salazar (Salazar; 15/02/2011: entrevista), aclara que si bien Extra es el único medio que expone la violencia a los lectores del país, una de sus causas principales se sustenta en la idea de la falta de valores y de moral. De ese modo, de un solo brochazo borra toda posibilidad de análisis estructural y de relaciones de poder en la configuración de la violencia, para ubicarlo en una especie de voluntad medida por los valores que se inculcan, o en la antípoda, en los valores que se pierden familiar y socialmente, a demás de cuestionar a la sociedad como productora de las acciones sobre las que se elaboran los mensajes que ellos hacen de dominio público sin culpabilidad alguna, ya que cumplen el deber que tienen legitimado ante la misma sociedad a la que presentan la noticia.

Por tal razón distinguimos o dicho de otro modo, se vuelve más comprensible que los periodistas y directivos de Extra aseveren que exponen una realidad, transverzalizada por la decadencia de la moral de una sociedad que sólo se atreve a mostrarse bajo la mirada escópica (deformada y multiplicada) o como un espejo cóncavo de las clases dominantes, o de nomenclatura política, sea de “izquierdas o de derechas” (Holguín, 2011: entrevista). Precisamente: “El discurso de la información hace ver aquí claramente su propia función en la construcción de lo real. Pero los medios de comunicación no tienen forma de dar cuenta de la radicalidad de esta relación entre realidad, ficción y discurso” (Holguín, 2011: entrevista).

Ahí es cuando se puede distinguir que el lector toma partido en una función de juzgamiento sobre lo publicado. Este rol se sostiene en cuanto a quien es víctima de lo ocurrido y la facilidad para ser representando y

autorepresentado como el protagonista sufriente, frente al rol de victimario, donde las tecnologías mediáticas intentan develarlo y mostrarlo como el producto no solo del crimen, sino de la justificación de la lucha contra los fantasmas sociales, a saber: hacinamiento, pobreza, violencia, etc. Así que:

La lástima y el deseo que sentimos de aliviar el sufrimiento de la víctima se ven inhibidos por esa misma emoción que nos empuja a maldecir a la persona responsable de la situación. Así es como la crueldad pone en un compromiso al observador imparcial, que se ve inmerso en tal exceso de asco que se siente paralizado (Miller, 1998: 275).

De acuerdo con Alexander Jiménez, y en el caso objetivo de Extra, en su información se puede conocer noticias variopintas sobre barrios marginales, rostros y personalidades monstruosas, entendido lo monstruoso en términos de lo que se considera como anormal, anodino, que se asientan en los dispositivos físicos y morales, juntamente a que la desgracia y tragedia son la clave para desarrollar estas piezas periodísticas, la crónica roja se vuelve un género periodístico sui generis pues mezcla información puntual, crónica y redacción de interés humano. Empero, su información se consigna en los personajes, estos principales para los massmedia, y como apéndice de esto están sus cuerpos, llevados a la radicalidad, por lo que se puede observar a cuerpos torturados, cuyo detonante fundamental es el dolor, así:

En el plano de la comunicación social operan mecanismos que transforman las condiciones de elaboración de la intimidad y el duelo. Por eso, quizá sea necesario articular nociones sustitutivas. Todo ocurre como si en adelante debiéramos hablar de intimidad de masas o duelo de masas (Jiménez, 1998:196)

Añadimos aquí una particularidad que se establece en la visualidad del medio gráfico y es la piel estropeada representada en las fotografías de Extra, ya que la primera personifica la esencia de lo monstruoso y lo feo. Según William Ian Miller, la vista es el sentido que percibe la deformidad, mutilaciones, hechos violentos como destripamientos, violaciones, es decir estas imágenes visuales provocan asco, más aún cuando son crueles o sin justificación. El asco y el

horror que sentimos se deben a que un cuerpo no parece ser tal, por estar deformado grotescamente:

La deformidad y la fealdad resultan más inquietantes porque conllevan desorden; destruyen la satisfacción de uno mismo que comporta el pasar desapercibido; nos obliga a mirar y darnos cuenta o a ser conscientes de si miramos o dejamos de mirar. Introducen la alarma y la inquietud a través de su capacidad de horrorizar y asquear (Miller, 1998: 126).

Es así que con lo expresado anteriormente podemos despuntar que existen aproximaciones hacia las relaciones y dependencias mutuas que tienen los productores y los consumidores de la prensa sensacionalista. Debido a que la cultura es transmitida por los medios de comunicación o, algunos de los elementos culturales de la sociedad son transmitidos en los mensajes producidos por los medios masivos de comunicación y que se convierten en representaciones compartidas, en lo que Berger (1994: 43) expresa que “Una sociedad es absolutamente inconcebible sin valores comunes, y sin interpretaciones compartidas de la realidad”. Esto crea y recrea representaciones, formas de ver, entender y actuar sobre el mundo en todos los polos del proceso mediático: producción/emisión, texto/mensaje/circulación y consumo/recepción con las correspondientes interacciones entre las demás partes del fenómeno mediático.

3.4 Construcción de visualidades técnicas y etnográficas

Este ejercicio metodológico intenta cruzar las técnicas etnográficas, las reflexiones teóricas y el trabajo de campo utilizando una cámara de video para el registro de datos y la observación *participante* a través de lo que podríamos llamar cámara participante. Entenderemos la cámara no solo como el dispositivo tecnológico de registro sino como un todo que conforma un contexto en el que se configura un espacio de reflexividad en todas sus partes.

Hay una postura evidente del documentalista en el momento de las preguntas y también de las respuestas; al igual que hay una puesta en escena del entrevistador y el entrevistado. Y se hace presente la noción de

representación y auto representación de los participantes del espacio fílmico que será mostrado.

Por espacio fílmico entenderemos todo lo que está dentro y fuera del cuadro y como tal, aunque conceptualmente en el caso de esta investigación como observador que participa en la creación de las noticias en Extra estoy presente adentro de esa puesta en escena. Haciendo las entrevistas y alterando el comportamiento de las personas de una u otra manera con mi inmersión en el campo del Extra. Pero además la cámara en este trabajo no separa al documentalista del entrevistado, sino que promueve a ser cámara y mirada como un solo elemento, de tal modo se puede mirar que no hay voz en off que explique el sentido, por el contrario, la voz de los propios entrevistados es representada como su inscripción de validez y de verdad, pues de este modo el periodismo sensacionalista se legitima en su propia palabra, ya que enuncia que la verdad es lo evidente, por tanto las personas de Extra legitiman su grado de objetividad en la acción de la palabra.

No hay inocencia ni objetividad en ninguno de los elementos de este espacio de investigación. Que implica que todas las decisiones de grabación, de encuadre, de tiempo y espacio, estarán determinando una estética y una toma de posición con respecto al mundo o a la organización en intercambio cultural que se teje en este trabajo. Por este motivo se visualizó un entrecruzamiento de criterios valorativos de los habitus en cuanto a la experiencia adquirida del editor general, Henry Holguín, y la llegada del Peter Aguirre, periodista de diario Expreso, para ser un repositorio de esa experiencia, que en los imaginarios del medio es vinculada a estructuras de traspaso de conocimientos por medio de la herencia.

Ulteriormente este documental, conceptualmente, trabajara como eje primordial en las entrevistas, abiertas y esto implica que tanto el investigador como los “investigados” entran en un juego de intercambio de violencias, de preguntas y respuestas que no pretenden establecer verdades sino construir comprensiones de lo filmado. Por tal razón reforzamos con Comolli que:

El teórico y cineasta J.L.Comolli vuelve a esta idea del poder y la violencia como elementos constitutivos de la relación con el

otro a través de la palabra: *“Temo que los cineastas que se dicen y se ponen en posición de “dar” (...) sobre todo aquellos que de corazón se proponen “dar la palabra a quienes no la tienen” – no hagan otra cosa que reiterar el lugar del amo, el gesto del poder. Porque no se trata de “dar” sino de tomar y ser tomado, se trata siempre de violencia: no de restituir a algún desposeído lo que yo posea decidiendo que a él le falta, sino de constituir con él una relación de fuerzas en la cual seguramente, corro el riesgo de resultar tan desprovisto como él.”*(Comolli, 2002:55; (En Guarini, 2007:03)

Las narraciones que construiremos en el documental estarán tejidas e interrelacionadas por las preguntas madre que nos realizamos como investigadores y documentalistas:

¿Cuáles son las políticas de la imagen que construyen el campo de lo mostrado en le Extra?

¿Cómo se han adquirido los modelos de representación en el Extra?

¿Quiénes son los representados?

¿Por qué se construyen ese tipo de imágenes y narrativas alrededor de lo popular y de la consecuencia con sus lectores?

¿Cómo opera el poder y la agenda setting adentro de la producción mediática del extra?

Estas preguntas son las que regirán la estructura del documental y serán traducidas en preguntas abiertas que dependerán del diálogo construido entre la dualidad entrevistado/entrevistador que aparentemente aparecerán en el montaje del documental como cabos sueltos y que luego se reunirán como unidades explicativo descriptivas en secuencias claras dentro de la estructura de la película. Tomando cómo técnica el mayor tiempo posible en las entrevistas vs material de acciones vividas y prácticas concretas de todas las personas que hacen la producción mediática de Extra para desarrollar una narrativa desde lo testimonial y no desde las reflexiones del autor o la presencia de un realizador. No es una mirada omnisciente sino que estará cruzada por las partes en donde se delate la presencia del realizador: miradas

directas a la cámara, aparecimiento en lugares de reflejo como vidrios, espejos, presencia de preguntas del entrevistador, etc.

Se intentará lograr la quimera de *raport*, por un lado por el acceso de poder que me fue conferido por el máximo de Extra, Galo Martínez Leisker y luego, una vez inmerso en el campo de Extra, lograr empatía con los colaboradores del medio a través de su interés por mostrarse ante las cámaras¹¹.

La mirada etnográfica partirá desde el concepto de Geertz, (1973) desde una “perspectiva de el actor”. En el momento en que pongo la cámara estoy reconstruyendo un espacio y todos los involucrados en el campo nos enfrentamos a una puesta en escena. Lo que intenta hacernos partícipes de esa atmósfera en la que los realizadores influyen en el cómo se representan los entrevistados y ellos influyen en el modelo de preguntas abiertas y en la manera en la que nos fijamos en los detalles, las acciones los elementos que construirán la imagen-tiempo y la imagen-espacio en las instalaciones y momentos compartidos con el personal de diario Extra.

3.5 Guía metodológica del documental “Horas Extra”

Esta es la ruta y la manera de enfoque de la temática y la selección de registro audiovisual para el documental y que luego, con los datos tomados pasarán al guión de edición que es un cruce entre las entrevistas con las acciones, prácticas y movimientos de los productores de las representaciones noticiosas que no solo se basarán en la cobertura sino fundamentalmente en los momentos de cortocircuito, cuando no la hacen, cuando no la encuentran.

El concepto es no tornar la mirada hacia la crónica roja o la noticia sino a qué pasa mientras se genera la noticia, es decir cuál es la interrelación de los personajes que están dentro de la producción de la noticia antes de ser impresa como por ejemplo mediante que prácticas o qué estrategias se recolecta la información mediática. No será un documental sobre cónica roja sino sobre lo que pasa y se disputa mientras se construye o se producen las noticias en

¹¹ Algo interesante fue el interés y la necesidad por salir en cámaras, los periodistas y fotógrafos se insinuaban alrededor de a qué momento les entrevistaba. Como es el caso del Periodista del turno de la madrugada, que se mostro como un presentador de televisión.

diario Extra, con el fin de mostrar la visión de los realizadores de la noticia con respecto al entorno en el que se desenvuelven diariamente y su interacción con el mismo, a sabiendas de que ese interflujo de cultura, relaciones de poder y relaciones sociales son las principales interventoras en la creación de imagen para mostrar y de la noticia que se imprimirá.

3.6 Guía estructural del documental “Horas Extra”

1. Introducción

- 1.1 Recolección de la noticia, prácticas, informantes y cómplices de la construcción de representaciones.
- 1.2 Lograr imágenes de la cobertura de noticia pero atrás de las cámaras o desde un punto de vista en donde no se delata el hecho de sangre o violencia, sino son las acciones de los hacedores quienes narran o cuentan lo que pasa desde su visión.

2. Qué es o cómo se muestra la crónica roja

- 2.1 Principales del extra, mirada desde la pedagogía que heredada desde Holguín y los jefes superiores.
- 2.2 Correspondencia de aprendizaje y prácticas de representación en la cobertura informativa
- 2.3 Campos de poder: dueños del medio y consumidores.
- 2.4 Tomas de acciones y decisiones de edición, corte y editado de imágenes y textos. Los hacedores de noticias, visuales y escritos en sus prácticas concretas.

3. Relacionamiento con el poder y las políticas de las representaciones noticiosas en Extra.

- 3.1 A quiénes responden sus narrativas y representaciones noticiosas
- 3.2 Cómo se alejan de la pauta publicitaria y visibilidad de la noticia como negocio.

4. Miradas de lo popular

- 4.1 Cómo piensan, imaginan y conocen al lector, mostrar el cómo los ven desde su ausencia, no se harán visibles los lectores como sinónimo del régimen visual construido desde el interior de Extra.
- 4.2 Cómo representan desde estos saberes y ejecutan la agenda mediática de Extra.

5. Censura, auto censura y enfrentamiento con el estado, el poder político y económico, con la academia y con la prensa “seria”.

- 5.1 Como los miran
- 5.2 Cómo miran a los *otros medios*

6. Final hacia la mirada de lo popular y su relación con la producción mediática

Como anexo se adjunta la transcripción de las preguntas y las respuestas en el registro audiovisual y el guión de edición de Horas Extra. A manera de esclarecimiento de la selección metodológica entre lo recolectado y lo hecho visible mediante el montaje cinematográfico. Factor importante y preponderante en el cine documental y en informe visual.

CAPÍTULO IV CONSIDERACIONES FINALES

- Es significativo entender que cualquier proceso de investigación en los momentos actuales no taxonomiza entre el adentro y el afuera –según expresión de Bruno Latour en su artículo *Dadme un laboratorio y levantaré el mundo* (1983) sino que junta en una misma instancia los acercamientos y separaciones del objeto de estudio. Por este motivo, esta propuesta de documental no separa lo audiovisual de lo escritural, sino que se refuerzan mutuamente sin perder su propia identidad.

- Los medios masivos de comunicación de alguna manera han influido o han determinado cambios en las sociedades” (Spiltunik, 1993: 294) y estas transformaciones hacen que los mass media se presten para análisis profundos de las formas en que se relacionan los productores con el contexto social, con las empresas privadas o estatales y con los propios consumidores de los medios masivos, contexto que fue determinando en los estudios sobre las culturas de masa o representaciones masivas, representaciones que devienen de los medios que detentan, ayudan, alcanzan y transforman el poder, en lo que Silverstone (2004: 227) acota que el poder que tienen los medios para “fijar una agenda” mediática, es decir la ruta noticiosa, la configuración de la noticia y el sobre qué se va a hablar o a mostrar en un medio de comunicación agenda se resume en relaciones de poder de decisión sobre esa misma agenda:

Su poder para destruirla. Su poder para influir en el sistema político y cambiarlo. El poder de facilitar, de informar. El poder de engañar. El poder de modificar el equilibrio del poder: entre el estado y el ciudadano; entre país y país; entre productor y consumidor. Y el poder que les es negado: por el estado, por el mercado, por la audiencia, el ciudadano, el consumidor resistentes u opuestos. (Silverstone, 2004)

- Es importante situar esta investigación en un momento en que la Cultura se traduce en lenguajes polisémicos, y no en la instancia única de la letra y de la razón ilustrada. Si no que va juntando otros soportes de aproximación a lo que significa construir un texto. En ese horizonte este trabajo se inscribe en la construcción de un texto visual que pliega una mirada etnográfica que interactúa entre el productor del documental, agentes y productores de la prensa sensacionalista.
- También es importante consignar que a lo largo de este documento se ha nominado la palabra sensacionalismo. El sensacionalismo debe ser entendido en el contexto que los productores y periodistas de Extra, ya que cotidianamente ellos utilizan este término y lo conciben en general como aquello que apela a las sensaciones. Es decir, se convierte en una suerte de apelación a las tecnologías del alma de los lectores, lo que supone una mixtura entre sensiblería y realidad.
- Es importante destacar que los directores, editores y periodistas de diario Extra asumen que son los lectores quienes ubican cartografías informacionales, por lo tanto, toda producción noticiosa responde al patrimonio de lo que la sociedad desea consumir culturalmente. De este modo se reafirma que dicho medio concibe la agenda desde una muletilla de lectores como conformadores de opinión pública.
- Finalmente, la investigación documental mediante la utilización del método etnográfico, ubica dos niveles: el primero a la propia representación de auterreferencialidad que imprime diario Extra en cuanto los directivos y el público lector, como algo sintonizado y con grados de interactividad para construir una agenda común. El segundo nivel es que la propuesta visual y de mirada de este estudio es polisémica¹² por cuanto no sólo que distingue un accionar del medio y su manera de comprensión de la realidad, sino que la

¹² Es decir, si bien este documental tiene un derrotero específico en cuanto dialoga con las disciplinas de la Antropología y la Comunicación, estaría abierto a otras lecturas y en contextos diferentes.

mirada del documentalista es otra manera de percepción del mismo producto, por cuanto lleva tras de sí, una carga de subjetividades en torno del campo académico y cotidiano que envuelven a los dos entes principales hacedores del documental.

BIBLIOGRAFIA

Abu-Lughod, Lila (2006 [1999]), *Interpretando la(s) Cultura(s) Después de la Televisión: Sobre el Método*. Ecuador: Iconos 24:119-141.

Anderson, Benedict (2000 [1983]), *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Zygmunt (2005), *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

Berger, Peter y Luckman, Thomas (1994) *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós.

Bolaño, César, Mastrini, Guillermo y Sierra Francisco (2005), *Economía Política comunicación y conocimient*. Buenos Aires. Argentina: Crujía Ediciones.

Bourdieu, Pierre y Waquant, Loic (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Ed. Grijalbo.

Bullen Margaret y Mintegui Carmen Diez, Compiladoras (2009), '*Retos teóricos y nuevas prácticas*': *antropología feminista y de género*, XI. Congreso de Antropología coordinada por Margaret Bullen y Carmen Diez Mintegui. España. Donostia en Septiembre del 2008.

Castoriadis, Cornelius (1975), *La Institución imaginaria de la sociedad*. España: Ed. Tusquets.

Certau de, Michel (1995), *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. México Universidad Iberoamericana.

Clifford, James (2001 [1988]), "*Sobre la autoridad etnográfica*," en *Dilemas de la cultura: antropología, literatura, y arte en la perspectiva posmoderna*. Barcelona: Gedisa: pp 39-76.

Curran, James (2005), *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona, Ed. Hacer.

de León Vázquez, Salvador, (2008), *Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática*, en "Actores sociopolíticos y periodismo: prácticas y estrategias en la configuración de lo público-mediático". México: U de Guadalajara.

- Eagleton Terry (2001), *La idea de cultura*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Echeverría, Bolívar (1996), *Modernidad y Capitalismo en Las ilusiones de la modernidad*. México: Ed. El Equilibrista.
- Fischer, M.M.J. (1991), "Anthropology As Cultural Critique" Inserts for the 1990s cultural studies of science, visual-virtual realities, and post-trauma polities". *Cultural Anthropology*. pp. 525-537 (Noviembre).
- Foucault, Michel (1994), *El orden del discurso*, España: Ed. Tusquets.
- Gramsci, Antonio (1984), *Cuadernos de la Cárcel*, México: Ediciones Era.
- Grau, Jore (2002), *Antropología Audiovisual*. España: Bellaterra.
- Guarini, Carmen (2007), *Los límites del conocimiento: la entrevista fílmica*. *Revista Chilena de Antropología Visual - número 9 - Santiago, junio 2007 - 1/12 pp.- ISSN 0718-876x. Rev. chil. antroplo. vis.*
- Guber, Rosana (2005), *El salvaje metropolitano*, Buenos Aires: Paidós.
- Habermas, Jürgen (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Ediciones G. Gili.
- Hall, Stuart, (s/a) *Representations: Cultural representations and Signifying practices*. s/e.
- Hall, Stuart (1980). "Encoding/decoding". En S. Hall, D. Hobson, A. =owe y P. Willis, *compiladores, Culture, Media, Language*. Londres: Hutchinson.
- Hirsch, P. (1980), "Occupational, organizational and institutional models in mass media research. Toward and integrated framework" *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1. Beverly Hills: Sage.
- Jimenez, Alexander, Comp. Roberto Follari y Rigoberto Lanz (1998). *La desgracia también es un espectáculo. En Enfoques sobre posmodernidad en América Latina*. Venezuela: Ed. Sentido.
- Latour, Bruno (1983) "Give Me a Laboratory and I will Raise the World", , Londres: Sage, pp. 141-170. En: K. Knorr-Cetina y M. Mulkay (eds.)
- Lefebvre, Henri (2006), *La ausencia y la presencia. Contribución a la teoría de las representaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lippmann, Walter. (2003) *Public Opinion*. USA: University of Virginia.

Marcus, George y Michael Fischer, (2000a [1986]), “Una crisis de representación en las ciencias humanas,” en *La antropología como crítica cultural: un momento experimental en las ciencias humanas*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Martín-Barbero, Jesús (1993), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

Mccombs, M, 2006, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. España: Paidós.

Mccombs, M. (1996), “Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo”, en Bryant y Zillman (coords.) *Los efectos de los medios de la comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.

Mcquail, Denis. (2001), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.

Mead, Margaret (1979 [1928]), “Prefacio” e “Introducción” a *Adolescencia y cultura en Samoa*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.

Miller, Ian William (1998). *La anatomía del asco*. España: Ed. Taurus.

Silverstone, Roger, (2004) *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Spiltunik, Debra (1993). “Anthropology and mass media”. *Annual Review of Anthropology* # 22.

Spitulnik, Debra, 1998. “Mediated Modernities: Encounters with the Electronic in Zambia” *Visual Anthropology Review* 14.

Verón, Eliseo (1995), *Construir el acontecimiento*. España, Editorial Gedisa S.A.

Williams, Raymond (1994), *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.

Wolf, Eric R. (2001c [1999]), “Cultura y poder,” en *Figurar el poder: ideologías de dominación y crisis*. México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

PÁGINAS WEB

American Studies, Program 2002-2003. En versión web:
<http://xroads.virginia.edu/~Hyper/Lippman/cover.html> fecha de acceso: 20 noviembre de 2009.

de León Vázquez, Salvador, (2008), *Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática*, en “Actores sociopolíticos y periodismo: prácticas y estrategias en la configuración de lo público-mediático”. México: U de Guadalajara. Versión digital:
(http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys9_07/cys_9_7.pdf fecha de acceso noviembre de 2009.)

ANEXOS

FLACSO ECUADOR

GUIÓN: DE EDICIÓN
DOCUMENTAL: "HORAS EXTRA"
REALIZACIÓN: FRANTZ JARAMILLO

ESC. 1/Exterior/puente/ 1:00 de la madrugada (resaltar hora)

Reportero de la noche baja de la camioneta, corre por la calle hasta una patrulla de la policía, observa y se dirige hacia donde está un grupo de periodistas y toma fotos del vehículo accidentado.

SONIDO:

Sonido Directo y ambiente de la escena mezclado con música incidental de guitarra

ESC. 2/exterior/calle/ 20h00 (resaltar hora)

La periodista de Diario "Extra" se dirige por la vereda hacia el fotógrafo, quien está conversando con una mujer que es moradora del lugar en donde ocurrió un asalto. Caminan hacia la manzana 5

CHRISTIAN VINUEZA (Fotógrafo)

Nos habían dicho que por aquí habían asaltado y herido a alguien

MORADORA

Si hirieron a alguien, más adelante, allá en la calle de allá

REPORTERA

Por esa misma calle hirieron a un chico

MORADORA

Si por asaltarlo

CHRISTIAN VINUEZA (FOTÓGRAFO)

Ah... asaltarlo, no sabe que se le robaron

Moradora

Creo que el celular, aquí siempre se roban los celulares

Christian Vinueza (Fotógrafo)

Ya más o menos hace que tiempo

Moradora

Ya hace una media hora más o menos

ESC. 3/ exterior/casa de compra de oro/ mañana

Reporteros de varios medios de comunicación del Ecuador se encuentran filmando y tomando fotos, tras una ventana. Mientras periodista habla en las instalaciones del Diario "Extra".

Germania Salazar

La violencia no se va a terminar con eso se ha vivido por miles de años, comenzó cuando Caín mató a Abel, la maldad se ha multiplicado y es algo que nadie lo va a parar, no habrá policía no habrá políticas criminales que la paren porque faltan las bases morales y espirituales que los padres se olvidaron.

FADE A NEGRO

MÚSICA:

"Periódico de ayer" H. de Lavoe

ESC. 4/ Título sobre negro: HORAS EXTRA

ESC. 5/ interior oficinas de GRANASA y EXTRA

Aparece el nombre del documental "HORAS EXTRA" y se ve una valla con publicidad del diario "Extra" en las afueras de las oficinas del mismo, se enfoca el nombre del diario y se ve el ingreso en donde el guardia está hablando por teléfono. En la parte de adentro se observa en la pared la inscripción de Diario "Expreso" y Diario "Extra" y un mural con imágenes de los sitios importantes de Guayaquil y

periódicos del Diario "Expreso" y "Extra" a los que se hace un acercamiento. Se enfoca un montón de periódicos ubicados en un escritorio dentro de las oficinas del diario y distintas tomas de las personas que están trabajando ahí dentro con las computadoras. poner toma de sticker con un mono y una inscripción que dice: "100% Guayaco". letrero importante: "Prohibido molestar al equipo de arte. ¡No venga a interrumpir nuestra concentración!". Otra dice: "Gracias a la libertad de expresión hoy ya es posible decir que un gobernante es un inútil sin que nos pase nada. Al gobernante tampoco. Jaime Perich". Se muestra el "Horario de conductores" en un pizarrón. Otro enunciado dice: "Todo arte debe de ser comunicado al Sr. Lcdo. Henry Holguín. De lo contrario será rechazado. Equipo de arte/ Extra"

ESC. 6

Entrevista. Henry Holguín habla y se muestran imágenes del periódico.

Henry Holguín

No les gusta la crónica roja a ningún sistema, ni de derecha ni de izquierda les gusta la crónica roja, porque somos un espejo en el que la sociedad se refleja diariamente y ve sus terrible errores yo pienso que ese monstruo que ven en el espejo cuando ven el Extra es precisamente lo que los asusta y lo que les pone nerviosos pero son casos que ocurren y que muestran que la sociedad está enferma y que demuestran que la sociedad tiene falencias y en vez de solucionar las falencias entonces hacen lo del esposo que llega y encuentra en la sala a su esposa en el sofá de la sala con el amante y entonces vende el sofá, aquí se han acostumbrado a vender el sofá todo el tiempo, prohíben la publicación de fotos de muertos, nos atacan a nosotros durísimo, el Señor Presidente Correa dice que si este diario lo cogen y lo exprimen le sale sangre pero su aviso de su cadena semanal la exige Carondelet en la

página 3, que es la pagina más sangrienta que tengo yo en el periódico.

ESC. 7

Juan Manuel Yépez da charla de inducción a nuevo editor de Extra.

Juan Manuel Yépez

La semana pasada mataron a una comerciante súper conocida en playas

Peter Aguirre

Sí

Juan Manuel Yépez

Le metieron un tiro en la cabeza si viste, inmediatamente el corresponsal llama, como es el distribuidor llamó y dijo: "Tienen la noticia" y nosotros sí, sí la tenemos listo voy a duplicar el pedido, porque el man sabe que va a vender entonces duplica el pedido y para nosotros eso nos representa un incremento en la circulación nacional, lo mismo pasa en Quito, lo mismo pasa en Esmeraldas, nuestro trabajo es determinar que nos va a generar circulación, entonces voz siempre tienes que ir pensando: hijue puta esta huevada me vende o no me vende. Cuando voz veas un mercado en donde voz digas esta noticia va a causar tal impacto tienes mucha más responsabilidad de presentarla mejor no cierto, no sé si viste el caso que yo ponía hacen cola para suicidarse del puente, para saltarse del puente ya.

Peter Aguirre

Yo estaba en otra línea y esta no la veía, o sea igual a pesar de la distancia que la tenía estaba bien consciente de lo que significa a nivel de país las ventas, el impacto que tiene, como llega hacia el pueblo, el lenguaje.

ESC. 8

Portadas de varios periódicos e imágenes de un puesto de periódicos en la calle para explicar las portadas de los periódicos Ecuatorianos.

Henry Holguín

Ha creído siempre en esta fórmula del periodismo sensacionalista no amarillista, y cuando en 1988 el Licenciado Galo Martínez Merchán viajó a Cali para traer a alguien que salvara un periódico llamado "Extra" que circulaba 5500 ejemplares y estaba a punto de ser cerrado, me llamo a mí y yo me acuerdo que le pregunte porque a mí y me dijo que porque todo el mundo me ha dicho que usted es un hp, pero nadie me ha dicho que sea un mal periodista, entonces me vine para acá desde el año 88 y es el único periódico donde me han dejado hacer lo que yo creo que se debe hacer, comenzado por una portada totalmente absurda lo pensábamos en los años 80, una portada que no tiene ni primera ni última página, una portada tipo poster que hoy en día la usa el "Bild" Alemán, la usa el "Extra" de Brasil...

Sobreimponer imágenes de las portadas del Bild y el extra brasileiro

HOLGUÍN

...y la usan muchos medios entre ellos algunos de nuestros competidores de aquí de Ecuador que han optado por usar la misma portada y así de pronto lograr engañar al lector y hacerle creer esta comprándonos a nosotros cuando los compra a ellos.

ESC. 9

En la oficina, el editor de deportes explica, intercalando con imágenes que muestran los rasgos de su personalidad:

Jerson Ruiz

Es malo que yo lo diga pero el Extra es el medio impreso más destacado ya, el más destacado en ventas de los últimos 30 años, no hay un diario que haya venido y como dicen popularmente la rompió, no hay, fíjate desde 30 años quien comenzó a vender, entonces se inventan historias pero el "Extra" no es solo muertos, hay deportes, farándula horóscopo, mucha gente lo compra por el horóscopo. En deportes te pudo decir, lo lee desde el portero de Barcelona hasta el señor Esteban Paz o Rodrigo Paz, lo lee desde Luis Chiriboga hasta el señor que infla los balones en el monumental, creo que es un tabú quien lo lea, de que somos un periódico popular lo somos, lo somos, no hay como negarlo, vas a la calle y lo tiene el betunero, lo tiene el tendero, pero también vez un tipo en una Hummer y el tipo de la Hummer va llevando una de "Extra".

ESC. 10

Juan Manuel Yépez

La gente lo que debe hacer es entender la diferencia entre sensacionalismo y amarillismo, el amarillismo es sembrar notas o noticias falsas y publicarlas, el sensacionalismo no, el sensacionalismo lo que hace es exactamente eso, apela a las sensaciones, a las emociones, a los sentimientos, von titulares grandes, con titulares entre signos de admiración, mucho color, mucho contenido, mucho impacto gráfico pero eso si nosotros no publicamos mentiras.

Uno de los Editores

Juanma que va primero en la tres, el muerto o...

Juan Manuel Yépez

No el muerto abajo arriba lo de los extranjeros.

ESC. 11

Están en la calle, en la camioneta del Diario: el conductor, el reportero y en el retrovisor aparece la cara del productor del documental.

Reportero

No sabes exactamente lo que pueda pasar un día, al día siguiente puede estar bueno un día siguiente puede estar peor o hay semanas que no pasa nada bueno y te toca ingeniártelas para seguir en la competencia sobre todo ahora, porque antes en crónica roja, tú sabes Extra era como quien dice "la mamá de los pollitos".

ESC. 12

Siendo las 7h30 am, el reportero y el fotógrafo se dirigen a la Policía Judicial del Guayas.

Reportero

Antes aquí tu no veías esto pues, ni en broma veías un equipo de micro, ahora ya los ves aquí, todos los días, todo el día, de todos los canales: canal 4, canal 5, Teleamazonas, RTS, canal 1, todos los días aquí plantados, transmitiendo en vivo la miseria humana. Se hizo popular ese asunto de la crónica roja, del relajó, del bochinche.

ESC. 13

Se encuentran varios canales de comunicación dentro de las instalaciones de la Policía Judicial del Guayas, tomando declaraciones de policías por la captura de dos menores de edad, el fotógrafo del "Extra" toma fotos de los jóvenes y les dice: "Tápate, tápate".

Los medios salen después de recopilar la información.

ESC. 14

Se trasladan en la camioneta del diario: el conductor y el periodista del turno de la noche.

José Morales (periodista):

Como pueden darse cuenta vamos circulando por la vía Portete, van otros medios de comunicación, adelante va Teleamazonas, atrás nos sigue: El Universo, Canal 1, Tc televisión, RTS, que también forman parte del grupo, este barrio es bastante peligroso, entonces en grupo nos hacemos uno ahí, y evitamos cualquier problema.

Estamos un poquito varaditos, no hay muchos payasitos, muchos casos de asesinatos y hay que reconocer en ese aspecto las medidas que aplicó el Gobierno Nacional como son: Reducir los horarios en las discotecas, controles a los borrachitos en las calles, eso ha permitido un poco disminuir el índice delincriminal, sobre todo en esta ciudad.

Conductor:

Si por noche por lo menos por lo mínimo era uno o dos, una vez nos tocó una noche que desde que salimos del diario llegamos a levantamiento de muertos al norte, sur, este y oeste de la ciudad, hasta las 7 de la mañana que hicimos el último levantamiento de cadáveres.

ESC. 15

A la una de la mañana José Morales se reúne a compartir un break: pan con Coca Cola, entre periodistas y camarógrafos de los otros medios de comunicación que se acompañan en el turno.

ESC. 16

El productor del documental interactúa con Henry Holguín y se muestran imágenes alternas que ayudan a la comprensión de la respuesta a la pregunta que se le formula.

Frantz Jaramillo

¿Cuándo a una persona le gusta verse reflejada en el periódico y cuando nos les gusta verse?

Henry Holguín

Generalmente no les gusta cuando son ellos quienes han cometido el delito, no les gusta en absoluto que les fotografíen se tapan, nos pegan, nos rompen las cámaras, etc, generalmente les gusta cuando pertenecen a nuestro target a la clase popular, especialmente cuando su ha cometido con ellos una injusticia, aquí nos traen a nosotros muertos de la zona montubia y nos estacionan el carro aquí al frente, por favor salga y fotografíe a mi hijo, mire como me lo dejaron, porque muchas veces saben que la única justicia que van a recibir es esa fotografía.

ESC. 17

Jerson Ruiz

Algo tenebroso que pasó en Quinindé, había un muerto desconocido y el corresponsal, de esto hace unos 8 años, el corresponsal mandó una foto que no me vas a creer, estaba el muerto ahí y había como 15 personas adelante y atrás del muerto riéndose para la foto, ¡Tenebroso! y ¿Por qué lo hacían? Porque querían salir en el "Extra", y no sacamos esa foto.

ESC. 18

A las 20h 20 llegan el fotógrafo y la reportera a un barrio en Guayaquil en donde se informó que habían herido a un

chico por asaltarle, se bajan de vehículo y van caminando en busca de la información, conversan con moradores del barrio preguntando si alguien había escuchado disparos, hasta que un hombre en la manzana C1 les informa que escuchó como 6 disparos y les indican cómo llegar a la manzana C5 en donde les informaron ocurrió el suceso, los dos se dirigen hacia allá y encuentran gotas de sangre en el piso, hasta que llegan a un pequeño charco de sangre y el fotógrafo inicia su trabajo.

Entre los dos recopilan la información, pero luego el fotógrafo se sienta a revisar sus fotos.

Christian Vinueza (Fotógrafo)

Hay ocasiones que la gente si se porta súper colaboradora, te dicen todo, te dan todo, pero hay ocasiones como esta por ejemplo que se hace un poquito más complicado y a veces hay que tratar de recaudar la información con bastante paciencia y lo mismo pasa con las fotografías.

Todavía no hay alguna que me satisfaga, como para graficar el lugar donde ocurrió el hecho más nada. Es eso o no hacer nada, que te parece.

ESC. 19

Mientras van en la camioneta después del trabajo realizado.

Christian Vinueza (Fotógrafo)

La gente que lee el "Extra" busca en las imágenes del "Extra" lo que realmente ha sucedido, lo que realmente ha pasado. Digamos que vamos a un diario "X" como "El Universo" o "El Comercio", ellos tienen cierta política de censura en fotografía sobretodo de crónica roja o de elementos judiciales, ya, tiene cierta censura, en cambio el "Extra" no. La gente busca el "Extra" porque de pronto cogieron al pillo del barrio y ellos quieren verle en el

periódico y verle el rostro, verle la cara, o de pronto quieren ver como lo dejo, pongamos un ejemplo, como le dejo el marido a la esposa, a la vecina tuvieron un pleito y como la dejo.

ESC. 20

En el turno de la mañana se está cubriendo una noticia en la Fiscalía del Guayas y adentro esta una señora poniendo una denuncia en contra de su marido por agresión física, el fotógrafo está captando como quedo el rostro de la señora.

Jorge Víctor Quimí Escobar:

Si este el esposo le ha dado duro, es la segunda vez que la golpea, la primera vez le dio un balazo, pero le paso rosando nomás, esta segunda vez le ha dado puñetes y le ha dado contra la pared.

Mientras mira las fotos que tomo escoge la que queda para la edición: "Esta porque se le ven claras las heridas, las huellas del maltrato, esa tiene que ir, esa y otra poniendo la denuncia tiene que ser. Aquí te vienen las 24 horas está abierta la fiscalía y mas tienen por violencia."

Jorge Víctor Quimí Escobar:

Soy Jorge Victor Quimi Escobar aquí en Diario "Extra" tengo trabajando 15 años, en la fotografía profesionalmente desde la edad de 13 años, estamos hablando de hace 34 años atrás, aprendí la fotografía a los 9 años. Es distinta una foto de eventos a una foto de medio de comunicación, tu allá, es póngase ahí, mire acá lo encuadras y disparas, en un medio de comunicación no, siempre las cosas acá son desprevenido, acá hay acciones, una pelea (toma de fotografías de una detención), futbol, no

tiene que ser posada mirando al lente, siempre tiene que ser desprevenido, solo mirando al lente es mucha veces a una modelo pero de ahí todo es foto desprevenido, nada que estén viendo a la cámara.

Jorge Victor Quimi toma la foto de un policía posando con una cizalla.

ESC. 21

Carlos Yagual Rodríguez

En crónica roja o en sucesos realmente pues no se puede estar mucho jugando con las reglas de composición no, tienes que tomar lo que encuentras al momento, registrar el momento, a veces dudas una milésima de segundo y se te paso el momento,, ya no tiene el efecto que buscas sobre todo impactar, impactar visualmente sobretodo.

Se muestran imágenes personales de él, sus gafas, la computadora en la que está haciendo su trabajo.

ESC. 22

Imágenes de la computadora de César contreras editando una noticia

César Contreras

Cuando hubo el año pasado o hace dos años este problema en la universidad de Guayaquil teníamos nosotros la noticia y un fotógrafo de Expreso llega acá y comenta yo tengo las fotos pero al revisar las fotos era la foto o sea la foto en si era toda la noticia del motorizado en plena avenida de la universidad de Guayaquil quemado entonces por supuesto es una foto impactante.

Aparece la foto del policía quemado que fue publicada en esa edición.

César Contreras

Que tienes que darle las seis columnas del periódico.

César está hablando por el celular.

César Contreras

Dime como vas encontraste o no encontraste ese muerto, ya entonces dime una cosa, no importa vente rápido con eso para meterlo en la página 3, ya pero dile a esta niña que se apure pomela a Karina.

ESC. 23

Jerson se encuentra sentado en su oficina.

Jerson Ruiz

Cuando nos cerraron la morgue dijeron que El Extra se venía abajo la crónica roja no paso nada lo único que nos toco mas es cranear que le pongo al Extra antes dejamos el muerto en la bandeja como se dice un momento que se nos prohibió cerraron todas las morgues del país que dimos, les dimos el drama humano.

ESC. 24

Reportero se encuentra fuera de la morgue de la policía.

Reportero

Aquí tienes que hacerte amigo de todos, esta es la morgue de la policía, si tu eres amigo de los policías te pasan información de cuántos muertos hay, ellos son tus amigos más cercanos ellos son todos los que te pasan información y toda la cosa, al frente están los de la tienda también a veces te pasan información.

ESC. 25

Ingresa a la morgue y se encuentra con el Doctor Montenegro y mira los casos que tienen para escoger una noticia para el "Extra".

Reportero

Doctor Montenegro

Dr. Montenegro

Habla

Reportero

¡Ah! un feto

Dr. Montenegro

Si un fetito, eso no hagas, has este, este
sí...

El reportero camina hasta salir del edificio, se dirige hacia la entrada de la morgue.

Reportero

Este es herido por arma blanca. ¡Ah! los que cogieron ayer por la tarde, por ejemplo mira este caso tonto que cogimos ahorita, es un "NN", un el tipo a estados casi una semana una semana tirado de convulsión ahí donde todo el mundo lo veía la gente dice que lo veían muerto ya lo veían al muerto ahí pero como nadie lo iban a reconocer nadie lo cogían los principios de año el 1 de enero esto es llenito encuentras uno encima del otro dentro de esa morgue anfiteatro están los cadáveres como si estuvieran en un holocausto 16 muertos 8 muertos así, las cajas están a la entrada del anfiteatro, ahí es donde hacen las autopsias, las caja encuentras en fila, dando la vuelta generalmente eso pasa a principio de año en navidad casi no tanto.

El reportero se encuentra con un periodista de Diario "Super".

Periodista Diario "Super"

Que tenemos por acá.

Reportero

Cero polito cero, el man es del Diario
"Super",

Presenta al productor del documental al periodista.

Reportero

Un compañero de la Flacso haciendo un
documental, sobre el "Extra" para que veas
nomás.

ESC. 26

En la oficina de Henry Holguín, el productor del documental
le hace una pregunta.

Frantz Jaramillo

¿Y te acuerdas de algún caso emblemático
que hayas dicho esto no sale o esta imagen
no puede salir?

Henry Holguín

Bueno hemos tenido varios últimamente de
cadáveres destrozados que yo los veto, yo
mismo los veto, además tenemos el veto de
nuestro director Nicolás Ulloa que tiene la
orden del Licenciado Martínez que tiene que
revisar las fotos para ver que imágenes
chocan demasiado a veces tenemos largas
discusiones pero siempre llegamos a un
consenso yo por sensacional izar si fuera
por mi publicaría todas las fotos que
tuviera porque esa es la realidad porque
creo que se que es lo que pasa y que no soy
de los periodistas que le limpian el
laboratorio la sangre a los muertos que eso
parece anti ético como los amarillistas que
le ponen más sangre a los muertos.

ESC. 27 Int/ oficina

Juan Manuel Yépez está sentado en el escritorio.

Juan Manuel Yépez

La mojigatería de la gente es impresionante, sin embargo ¿Por qué este periódico es tan exitoso? porque le contamos a la gente su realidad, cuando vamos a un barrio en los sectores más populares de Guayaquil lo contamos como está o sea ellos existen gracias al periódico porque si no fuera por los periódicos esa gente no existiera para nadie solo para ellos.

ESC. 28

Aparecen imágenes de fuera de la Fiscalía del Guayas y un reportero está haciéndole una entrevista a una señora que está llorando mientras el camarógrafo graba la escena.

ESC. 29

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Es lógico que esto es un negocio como todos los medios de comunicación son un negocio, como son un negocio los medios estatales, un negocio a pérdida pero un negocio, nosotros simplemente creamos un negocio en donde vivimos de la circulación, un periódico que vive de la gente que lo compra, un periódico que no tiene más intereses que en sí mismo, el periódico. Esta empresa lo único que hace son periódicos, el Doctor Galo Martínez Leisker tiene unas emisoras son medios de comunicación, nosotros no somos ni banqueros, ni hacendados, ni nada de eso y lo único que hacemos es periodismo.

ESC. 30

El reportero de la noche y el conductor se dirigen en la camioneta del diario, hacia un accidente en el que al

parecer se chocó un camión y como resultados hay heridos. Se introduce una toma del velocímetro que marca casi 95 km/h.

José Morales
(periodista turno de la noche)

Los temas más interesantes por lo general empiezan a presentarse después de las 2 de la mañana, ya cerca de las 2y20 escuchamos a través dl scanner que se había presentado un accidente de tránsito en el kilómetro 26 de la vía a Naranjal en el que al parecer existirían algunas personas atrapadas producto del accidente, entonces estamos ya partiendo rápido algunos medios de comunicación para tratar de llegar al lugar y coger esa información.

Se ve en la radio de la camioneta la hora que marca 2:30.

ESC. 31

Legan al lugar en donde ocurrió el accidente y allí está una ambulancia y dos camiones, se hace un acercamiento a la ambulancia, en donde están más medios de comunicación grabando al conductor del camión que se accidentó, los periodistas están tomando nota de la información y el periodista del "Extra" está tomando fotos y recibe una llamada que le informa de otro suceso.

Los medios están entrevistando a un policía.

José Morales
(periodista turno de la noche)

Bueno dos casos, dos accidentes, no hubo mucha cuestión, no colabora la delincuencia (ríe).

ESC. 32

Henry Holguín

El crear en el reportero ese deseo de ser historiador diario es una de las fórmulas, la otra fórmula es la comunión permanente con el lector, yo uno de los problemas que he tenido en estos 23 años en este periódico, es convencer a sus propietarios y afortunadamente están totalmente convencidos que el periódico no es de ellos, desde el momento en que sale de la máquina le pertenece al lector que paga los 0.45, los 0.35, los 0.50 centavos por él. Él es el verdadero dueño y que por lo tanto es él, el que nos paga el sueldo, el que manda sobre nosotros, por eso para nosotros la publicidad es un valor agregado que l recibimos con mucho gusto y que lo castigamos duramente, la publicidad de "Extra" es la más cara del país porque necesitamos espacio para publicar noticias que nos den circulación que es de lo que realmente vivimos.

ESC. 33 Sonido Directo

En la oficina de Juan Manuel Yépez se encuentran organizando las pautas. Salen imágenes de las pautas, de los editores de cada segmento del diario y al final sale el grupo que ayuda a planificar el día.

Juan Manuel Yépez

La pauta es el esqueleto del periódico, vamos poniendo las diferentes secciones, cuánto le vamos a dar a deportes, que material tiene deportes, farándula que vamos a presentar mañana, en especiales ¿Qué tenemos? en crónica roja, en provincias, ¿Qué está pasando en el país?. Y lo hacemos con lápiz porque lógicamente esto puede cambiar de un momento otro, somos un periódico acordeón, nos adaptamos a muchas realidades, muchas cosas no que ocurren en cuestión de horas.

ESC. 34

Se presenta a Napoleón Domenech, a cargo de la sección de provincias de Diario "Extra" y se incluyen tomas de él en su espacio de trabajo.

Napoleón Domenech

Mi nombre es Napoleón Domenech, trabajo 17 años acá en el Diario desde que me gradué en el 94, al momento estoy a cargo de la sección de provincias, tengo como unos 35 corresponsales en la mayoría de provincias que colaboran con nosotros, te cuento algo, que yo desde el colegio me gustaba mucho el periódico en el que trabajo ahora que lo admiraba mucho, cuando entraba a clases, en el recreo los chicos llevaban el periódico y me gustaba mucho, me identificaba mucho con la crónica roja.

ESC. 35

Henry Holguín

Yo siempre los pongo primero en crónica roja porque ahí se ve los nervios, se el sistema, se ve el estilo y se ve sobre todo la calidad humana del periodista, si aquí llega un reportero burlándose de lo que vio en la calle o riéndose yo prescindo de ese reportero inmediatamente.

ESC. 36

Napoleón Domenech

Tú tienes que abarcar todos los campos hacer cobertura en todos los campos, estás preparado para aquello entonces eso es lo que nosotros hemos tenido un gran maestro como Henry Holguín a quien yo le agradezco muchísimo por abrirme las puertas acá en el año 94, por traerme al periódico, aquí nos enseñó a hacer de todo, a cubrir desde crónica roja, sucesos, labro social, farándula, deportes.

ESC. 37

Entra con una toma de la biblia de Henry Holguín en su oficina.

Henry Holguín

Bueno la biblia que tengo es primero no hay malas épocas, eso es falso, hay malos periódicos o mala gestión de circulación.

Se muestra la imagen del rótulo que dice: "No hay malas épocas, hay malos periódicos."

ESC. 38

Oficina de César Contreras.

César Contreras

Compran solamente esperando, esa intriga no, que sacara el "Extra" sobre esta noticia que están viendo por ejemplo ahí en canal 1, entonces el lector ya confía en nosotros que nosotros les vamos a presentar una información que va más allá de lo que vieron ellos.

ESC. 39

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Segundo el periodismo, y lo dijo Pulitzer no lo dije yo, es 10% inspiración y 90% transpiración la noticia hay que sudarla y aquí están muy acostumbrados a los reporteros de escritorio que no hacen lo que tienen que hacer, no salen a embarrarse, a untarse de pueblo.

ESC. 40

La periodista de Diario "Extra" se encuentra caminando en la calle.

Germania Salazar

Tener espíritu de reportero, todos tienen que tener espíritu de reporteros, de aventureros.

ESC. 41

Se muestra el rótulo que dice: "Reportero no es quien quiere serlo, sino quien lo merece".

Henry Holguín

Reportero no es quien quiere serlo, reportero es quien lo merece.

ESC. 42

Entrevista a Ivón Lagos.

Ivonne Lagos

Porque sino de que sirve, mejor quédate lavando platos.

ESC. 43

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Ay que soy o monto un gabinete de belleza o me hago periodista no. Tú naces siendo periodista.

ESC. 44

Se cambia del rótulo que dice: "Reportero no es quien quiere serlo, sino quien lo merece" a uno que dice: "una gran noticia publicada es un tigre muerto, córtale la cabeza y cuélgala en la sala. Luego sal de nuevo a cazar".

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Una gran noticia publicada es un tigre muerto, córtale la cabeza, cuélgala en la sala y luego sal de nuevo a cazar.

ESC. 45

Entrevista a César Contreras

César Contreras

Tú buscas que alguien te sorprenda con algo diferente, tú estás hoy creando, que doy mañana, que hago mañana, para no dar lo que di ayer.

ESC. 46

En la camioneta, entrevista al reportero.

Reportero

Un muerto no es exclusiva, porque si hoy yo cojo ese muerto y nadie más lo coge, mañana no me dicen y pueden pasar 3.

ESC. 47

Entrevista a Henry Holguín, intercalado con la imagen del rótulo que dice: "Todos tenemos un cadáver guardado en el closet".

Henry Holguín

Todos tenemos un cadáver guardado en el closet, no hay nadie que sea absolutamente puro, absolutamente limpio, cuando a mí me dicen: no es que ese asambleísta es totalmente honesto, yo digo un momentito, párele, investiguemos un poco más, miremos un poco más y la mayoría de veces no me equivoco.

ESC. 48

Inicia con la imagen del rótulo que dice: "Cuando muera escriban en mi tumba: "He llegado" porque aquel que cree que ha llegado es porque está muerto". Imágenes de la entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Cuando muera escriban en mi tumba: he llegado, porque aquel que cree que ha llegado es porque está muerto.

No hay peor periodista que el que cree que no necesita aprender más.

Se muestra el rótulo que dice: " No hay peor periodista que el que cree que no necesita aprender más."

ESC. 49

Entrevista a Juan Manuel Yépez.

Juan Manuel Yépez

Nosotros en "Extra" siempre decimos si tu mamá te dice que te quiere, confírmalo en otra fuente hermano.

Imágenes de los rótulos biblia de Henry Holguín en plano general.

Juan Manuel Yépez

Porque te pueden engañar.

ESC. 50

Se van mostrando en imágenes los rótulos mientras Henry Holguín los va leyendo.

Henry Holguín

En periodismo no se puede estar mediamente embarazado. Periodista que no lee, periodista que no escribe. No escribimos noticias, hacemos la historia diaria que alguien leerá en el futuro.

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Y el último mandamiento es no dar papaya.

ESC. 51

Fade in de la canción "Calma pueblo de Calle 13" y va sonando mientras parecen el resto de letreros biblia:

"La única noticia que no sirve es la que no llega a tiempo para ser publicada".

"El periodista lo es 24 horas al día, 365 días al año".

"Yo no quiero que me quieran, quiero que me respeten".

"La reportaría no es una profesión. Es un sacerdocio."

"No usar la computadora del editor sin previa autorización"

ESC. 52

Imágenes de Lunes sexy de diario el "Extra". Incluir imagen y sonido del video de Youtube de la sección "Extra TV", hasta que la modelo sale en Plano Americano.

Henri Holguín

El sentido estético del lector se revela en otras cosas.

ESC. 53

Entrevista a Henry Holguín, mientras muestra la portada del Lunes Sexy del "Extra".

Henry Holguín

Esto por ejemplo le gusta a todo el mundo pues, obviamente que sí, a menos que sea homosexual o que tenga otros intereses.

Aparecen imágenes de otro video de Youtube, en donde aparecen 3 chicas Colombianas en una sesión de fotos en la Laguna de San Pablo. Se ve al fotógrafo entrar a cuadro

mientras ellas se exponen y al final Eliana Pinillos envía saludos a los lectores del diario.

Entrevista a Henry Holguín, mientras muestra la portada del Lunes Sexy del "Extra".

Henry Holguín

Y obviamente el Lunes Sexy es nuestro día de mayor venta a la gente le encanta las fotografías.

ESC. 54

Entrevista a Ivón Lagos en su oficina.

Ivonne Lagos

No vente acá Frantz.

Frantz Jaramillo

En donde te sientas más cómoda.

Ivonne Lagos

No mejor mirándote, ya este, así como las reinas de belleza, me llamo Ivonne Lagos (riendo), nací en Guayaquil, me llamo Ivonne Lagos, (le gritan Bom bom) Espérate que me están entrevistando oye corta notas, me llamo Ivón Lagos Maldonado, tengo 44 años, tengo trabajando aquí 20, el primero de marzo cumpla 20 años, empecé haciendo cobertura de crónica roja, 17 años haciendo crónica roja y 3 a cargo del suplemento que sale los domingos, del suplemento dominguero, o sea todavía no es que "Extra" ha dejado de sacar sus notas de impacto, pero tú ya no ves muertos, ya no ves tampoco la típica mujer, dicen desnuda nunca se sacó tampoco mujeres desnudas, siempre se le trataba de poner las estrellitas en sus partes privadas, pero si, si el lector ha cambiado abismalmente, es que el lector cambia pues, ya el lector de 20 años no es el mismo de ahora, para nada.

ESC. 55

Entrevista a Henry Holguín.

Frantz Jaramillo

¿Y se podría hablar de que el público o el consumidor mayoritario es masculino?

Henry Holguín

Eso creíamos nosotros, hasta que el informe de KMR, nos hizo caer en cuenta de que un 47% de nuestros lectores son mujeres y por eso tu vez que en el dominguero en la última página he estado publicando chicos bonitos, porque las mujeres también están pidiendo eso, están pidiendo, bueno ustedes publican las cholas bonitas de los Lunes y a nosotras ¿Qué?, nos dejan así, tenemos problemas con el machismo, obviamente.

Graficación con Ivón revisando fotografías de hombres de la sección Extra Chat.

Henry Holguín

El machismo ecuatoriano que es terrible que no permite que la mujer por ejemplo admire un cuerpo masculino, le parece mal o de mal gusto, pero estamos luchando contra eso también.

ESC. 56

Entrevista a Juan Manuel Yépez, muestra en su computadora la noticia más leída del día en la página web del "Extra".

Frantz Jaramillo

¿Y entre las noticias que se dan en el Extra cuales crees que son las más preferidas por los lectores?

Juan Manuel Yépez

La crónica roja, por ejemplo vente un momentito que quiero que veas cual es la noticia más leída de hoy en la página web, es la historia de Valeria Carolina, quisiera que vean cuantas veces la gente ha

leído esta crónica, hoy 9717 veces se ha leído esa nota, es la nota más leída del día de hoy en internet, nosotros tenemos 1 millón de lectores diarios.

Se intercala la entrevista con imágenes de la edición de la noticia de Valeria Carolina

Henry Holguín

Nosotros somos el periódico que expresa la voluntad, los gustos, los eventos, la vida social de la comunidad GLBT en Ecuador, somos los únicos que se atreven a eso, los reinados, los campeonatos de fútbol, los eventos que ellos hacen, el problema del trans que no dejaron entrar a la Universidad, el problema de esta chica Valeria Carolina que encontramos pidiendo sexo en la calle que la hemos seguido tanto tiempo, son problemas que nosotros creemos que son importantes, creemos que la comunidad GLBT tiene derecho a conocer también lo que le pasa y lo estamos publicando, hemos eliminado por completo los términos ofensivos que usábamos antes, nosotros cometimos esos errores, fuimos un periódico discriminador que usábamos badea, mazamorra, arroz con chanco ese tipo de cosas, eso se ha eliminado por completo, y se ha cambiado por un profundo respeto hacia la comunidad GLBT.

Imágenes de los editores escogiendo las fotos para la noticia de Valeria Carolina.

Henry Holguín

La inquisición mato a cantidades de personas simplemente porque eran diferentes y siempre seremos tratados así, yo fui hippie y por ejemplo.

ESC. 57

Entrevista a Henry Holguín en su oficina, muestra una foto de cuando él era joven.

Henry Holguín

Este era yo a los 23 y fui hippie total y completo y usted se imagina la discriminación que sufrí durante muchos años e incluso dentro de mi profesión por el hecho de usar cabello largo y fumar marihuana andar en caravana por las calles y cosas así por el estilo, el ser distinto siempre significa ser perseguido.

ESC. 58

Germania Salazar

Cuando hay un periodista de crónica roja, siempre se tilda que el periodista de crónica roja, le gusta lo sangriento, el periodista de crónica roja es un periodista que tiene mucho conocimiento, cualquiera no puede ser periodista de crónica roja.

ESC. 59

Germania Salazar hablando por celular, se observa a quienes la acompañan.

Germania Salazar

Mami Yen, mami Yen por favor contésteme, yo ya estoy en el centro, por favor contésteme el teléfono.

Germania Se baja de la camioneta de Diario "Extra".

Germania Salazar

El periodista es el que guía el equipo, entonces el periodista es como el detective del grupo y hay juego de miradas periodista, fotógrafo, miradas nada más, no puedes tu hablar delante de la gente, como te dije todos tienen que tener un sentido común de lo que es la noticia, de lo que vas a hacer, el momento que pones la grabadora, tu sabes el trabajo es tuyo, yo ya puse la grabadora punto, tu veras el trabajo de los demás, no vas a preguntar señora le tomo una foto, el trabajo se cayó ahí, si haces eso lo haces a propósito o porque eres caído de la maca.

ESC. 60

En la camioneta de Diario "Extra".

Germania Salazar

Tú sabes que a veces en los medios de comunicación te dan mensajes a García, el resto, mensajes a García, tú ya sabes lo que es, entonces yo aprendí a tener lo mío de cualquier forma y eso no le interesa a mi jefe si me van a pegar o que no me van a pegar o si me van a... A mí jefe lo que le interesa es ese tema y punto.

Esa es la mentalidad que yo manejo te digo, esa es la mentalidad que yo manejo, entonces a veces a mí me dan estos casos fuertes precisamente porque hay otros reporteros que, que, por ejemplo a mi me mandan a la penitenciaría siempre, eso es sumamente difícil.

ESC. 61

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Yo he sufrido 9 atentados en mi vida, tengo 7 balazos adentro, uno de ellos, ya me hicieron un atentado aquí, (muestra una pistola) debo andar con esto todo el tiempo, porque de lo contrario puedo ser objeto de un atentado y morir fácilmente, inclusive hicieron una colecta para matarme, la pagaron a un sicario con una colecta en la que dieron los presos de la peni de a 0.50 centavos de a 0.20 centavos, es para matar a Henry Holguín, es para matar a Henry Holguín.

ESC. 62

Oficina de Juan Manuel Yépez, decidiendo sobre el titular de una noticia.

Juan Manuel Yépez

Aquí hay que quitarle el título

César Contreras

Le quito eso

Juan Manuel Yépez

Salió el tiro por la culata o saca pintas por golpear. Fue por plata y le dieron plomo puede ser

César Contreras

Pero es que paralítico es vacan, puta lo dejo cagado.

Juan Manuel Yépez

Fue por plata y quedó paralítico. Claro un balazo en la espalda, huevón, claro saca pintas se le jodió todo, se le jodió el negocio, entonces dejémosle ahí, pongámosle ahí, Fue por plata y salió paralítico.

Se ve en la oficina de Juan Manuel la portada de la prueba de impresión del diario, que dice: "¡Su propia víctima lo dejo paralítico!"

Juan Manuel Yépez

Aquí pongámosle, Eddy, tú crees
Es que está buena la otra también.

Peter Aguirre

¿Qué le pasó a la pelada?

Juan Manuel Yépez

La man se lanzó de un taxi, huevón y comenzó a gritar: me quieren matar

Peter Aguirre

Ah... la man que está adentro, ya, ya, ya

Juan Manuel Yépez

En la página 3

Peter Aguirre

Si, si, si que un moreno tuvo que irla a agarrar

Juan Manuel Yépez

Si que no quería saber nada.

Habla con uno de los editores.

Juan Manuel Yépez

Ve mijo ayúdame con algo, cámbiale acá el título para segunda, ponle "Fue por plata y salió paralítico", ¿Será que el título si lo dejamos a 3 sale muy pequeño?,

Editor

Claro

Mientras escribe en una hoja de papel bond, luego le entrega la hoja y luego se refiere al esfero.

Juan Manuel Yépez

Fue por plata y salió paralítico, ya.
¿Estás seguro de que este es tuyo?

Editor

No estoy seguro

Juan Manuel Yépez

Me alegra de que no estés seguro

ESC. 63

En la oficina Juan Manuel está hablando con Peter Aguirre.

Juan Manuel Yépez

O sea que te parece a voz como material periodístico, vale o no vale, no te pregunto, ¿Cómo ves tú después de tener un experiencia por ejemplo? Mira que voz estás pasando lo que yo pasé hace 5 años. Esa etapa de transición donde yo decía, yo me enamoré de estas historias huevón.

Peter Aguirre

Haber, haber, tenemos...

Juan Manuel Yépez

Me entiendes yo me enamoré de este tipo de historias, de huevadas, de cosas que impactan loco, o sea voz te vas a la calle, no te estás inventando nada, yo no entiendo porque nos tienen tanta bronca, no te estás inventando nada.

Peter Aguirre muestra el diario "El Universo".

Juan Manuel Yépez

"Monk empezó apoyo a instituciones democráticas locales", ¿sabes a cuánta gente le interesa eso?, ¿sabes cuánta gente le conoce a Ban Ki-moon?

Peter Aguirre

Lo que decía ayer, ven esta cuestión y buscan acá atrás lo que es deportes.

ESC. 63

Entrevista a Jerson Ruiz en su oficina, está mostrando la portada del diario "Extra".

Jerson Ruiz

Esta portada un 70 a 30 aquí el titular es el que manda el que te hace vender el periódico, a veces se hace portadas sin fotos de muertos, con títulos impactantes.

Frantz Jaramillo

Y cuando funciona más el titular que la foto.

Jerson Ruiz

No, el titular siempre funciona.

ESC. 64

Reportero del turno de la mañana, entrevista en la camioneta.

Reportero

Engaños al momento de titular, porque te venden una cosa en la portada y adentro está otra cosa, eso suele pasar bastante en los periódicos sensacionalistas, que te logran vender una cosa en la portada y adentro había otra, ya, por ejemplo es como que yo te pusiera en el periódico: "Se murieron cinco", y adentro se murieron 5 de la risa porque se cagaron o dijeron otra cosa, son cosas que le engañan al lector y el lector no es bruto, el lector hay un momento que se cansa de que lo trates como tonto y por ejemplo al principio te puede funcionar para vender buena cantidad de periódicos pero llega un momento en que el

lector dice ya pues hasta que hora me ves la cara de pendejo, hasta que hora me vendes con un titular y adentro viene algo que no tiene nada que ver.

ESC. 65

Entrevista a Juan Manuel Yépez.

Juan Manuel Yépez

Sí hacer escándalo de un hecho que ocurrió, es que para ustedes todo es un escándalo, ponen esos titulotes, esas fotos y ese ni se qué, pero nadie me dice, nadie me cuestiona la veracidad del texto, haber paso o no; sí, sí pasó pero no sean exagerados, o sea les fastidia la forma no el fondo. Como es nuestra cultura no.

ESC. 66

Entrevista a un editor del diario.

Editor

Un titular rojo grande, tu al paso vas caminando por la calle y se te da en ver y se te da en por lo menos a mirar eso.

ESC. 67

Entrevista a Juan Manuel Yépez.

Juan Manuel Yépez

Gritamos donde los demás susurran y si tiene miedo cómprese un perro también dicen. (Riendo)

ESC. 68

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Esa frase me nació en Cali porque el Cali los periódicos se ponen en el piso, entonces el lector pasa y tiene que agacharse para mirar, entonces ve los periódicos serios, fríos, con sus titulares comunes y corrientes y de pronto en medio de eso hay alguien que grita con titulares fuertes, coloridos, con fotos llamativas, con admirativos, entonces nosotros somos esos, nosotros gritamos todo el tiempo.

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Bueno a mí me han enseñado que la gente muchas veces quiere ver lo que uno no quiere ver y alguna vez me llamo el licenciado Martínez y me dijo a mí no me gusta esa portada que usted publicó, le dije a mi tampoco, pero yo no la publique ni para usted ni para mí, la publique para el lector.

ESC. 69

Toma de la oficina con una televisión prendida que está transmitiendo el programa "En carne propia" del "cholito" de canal uno.

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

La idea nuestra es hacer una televisión escrita, inclusive en este momento yo estoy obsesionado con el programa "En carne propia" del Cholito porque yo quiero hacer eso aquí, yo quiero traer eso para las páginas, nos hemos inventado una sección que se llama el Guayaquil profundo, se hará después del Quito profundo y estamos buscando e Guayaquil historias como las del cholito, hemos encontrado ya algunas y las hemos publicado y la gente las está recibiendo bastante bien, creo que el experimento nos va a dar resultado.

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Aquellos lectores del año 88. Muchos se han ido, muchos son migrantes en este momento, han quedado sus hijos que tienen otro nivel cultural y que tienen otro nivel estético también y que nos piden otras cosas, entonces hemos sido en los últimos 5 años una labor muy sutil, tan sutil que nadie se ha dado cuenta, hemos ido bajando el impacto de nuestras fotos sangrientas y hemos ido vistiendo nuestras chicas que se caracterizaban por tener siempre unos lindos senos al aire que a mí nunca me parecieron vulgares entre otras cosas

Aparece animación de todas las páginas internas del periódico "Extra" entero mientras Henry Holguín sigue hablando.

Henry Holguín

Porque yo no soy de los que entra tapándose los ojos a la capilla Sixtina.

Eso nos ha permitido crecer muchísimo, en los últimos 5 años yo les soy sincero, yo pensé que íbamos a bajar circulación, cuando el Licenciado me ordenó que empezara a bajar el ritmo de este tipo de cosas y a bajar en número de páginas de crónica roja que ya son solamente 6, yo pensé que esto se iba pal diablo, pero no, el licenciado tenía la razón y me ganó esa batalla.

ESC. 70

Imágenes de personas en la parte superior del puente, arriba de donde ocurrió el choque que sale en el inicio.

Música

Canción "Hazte para allá" de Hugo Idrovo.

José Morales

Suerte que tampoco caminaba ningún ser humano por acá.

Policía

Oiga señor avance, que se queda ahí, otro accidente es lo que va a ocasionar ahí, una citación, le hacen una de 100 y ahí están bravos, avance que está mal ahí, usted sabe que es grave lo que está haciendo ahí.

José Morales

(Riendo)

El señor que estaba ahí preguntando, ha sabido ser conductor de un taxi, se quedó aquí en la subida del puente y ahora que ya quiere arrancar no puede porque el vehículo empezó a mostrar ciertos fallos y se está yendo de retro.

ESC. 71

Saliendo del lugar en donde ocurrió el accidente, después de hacer la cobertura con periodistas de otros medios de comunicación.

José Morales

Hemos terminado con esta información, de aquí nos vamos a comprar unos panes, unas colitas para brindar con los compañeros.

Camarógrafo de otro medio de comunicación

Pero tiene que ser encebollado, ahora toca encebollado, pues hermano, encebollado toca hoy día.

José Morales

(Riendo)

Con los 0.50 centavos que di.

ESC. 72

Entrevista a Jerson Ruiz en su oficina.

Jerson Ruiz

Y el "Extra" es una marca, el "Extra" es una marca, date cuenta en alguna esquina, que hay gente y viene y te dice así: Dame el "Extra", el "Extra" o la "Extra", pero no es que viene y primero dice: Haber este,

este (mirando el periódico), no tiene crónica roja, no me la dé, dice: Dame el "Extra".

ESC. 73

Entrevista a Juan Manuel Yépez.

Juan Manuel Yépez

La inseguridad no es una percepción, es una realidad, peo sencillamente, creo que la gente no va a dejar de sentirse insegura por el hecho de que los periódicos no publiquen lo que está ocurriendo y eso solo hacen en dictaduras, en dictaduras prohíben que se publiquen determinada información que al poder no le conviene.

ESC. 74

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Nosotros creemos que va a ser bastante difícil aplicar estas cosas y buscaremos nuevas fórmulas para tratar de burlar cualquier tipo de censura, es nuestro deber, nuestro deber es informar, su deber ellos lo consideran en censurarnos, bueno vamos a ver, vamos a ve si se puede, yo he trabajado con un coronel detrás de mí diciéndome que debe publicar y que no debo publicar y con un director que ha tenido y perdónenme la palabra, los huevos suficientes para decirme: "Cada noticia que este señor le diga que no publique, la sacamos en blanco, con un letrero que diga censurado" y eso hicimos en el periódico "Occidente" en Cali, durante largo tiempo, hasta que cayó la censura, el periodismo ha existido desde hace muchos años, desde hace mucho tiempo, la censura existe y se acaba, existe y se tiene que terminar, llega un momento en que ya no hay censura, se acaba la censura, yo la he visto nacer y la he visto morir muchas veces y que pueden

hacer, siempre intentan taparnos la boca a nosotros cuando lo más fácil era evitar que existieran los muertos.

ESC. 75

Entrevista a Henry Holguín.

Henry Holguín

Uno aprende de la gente de abajo, yo estoy con ellos todo el tiempo, con nuestros lectores y yo le digo a la gente de abajo que yo pertenezco a esa clase orgullosamente y no dejaré de pertenecer nunca, así viva en una mansión de mármol, pero seguiré siendo siempre perteneciente a la clase popular a la que respeto, en el 88 yo llegue y había un partido Emelec - Barcelona, alquile un taxi que me llevara 4 horas por todo Guayaquil terminamos en el estadio y estaba saliendo esa masa amarilla gigantesca, sudorosa, del estadio y yo pregunté que era y me contaron la historia del astillero, yo dije, este va a ser, primero que todo este va a ser mi equipo y segundo a esta gente es a la que le voy a vender los periódicos.

ESC. 76

Créditos del documental con imágenes de las experiencias vividas con los periodistas, editores, fotógrafos, reporteros, y en General con el personal de Diario "Extra". Antes de terminar la canción, poner el texto de las políticas de redacción de Diario "Extra" firmado por Juan Manuel Yépez.

MÚSICA:

Canción "En vida" de David Alajo, interpretada por Gerardo Morán.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS

1. Entrevista a Peter Aguirre (caset 1 :12:23:07)

Minutos antes realizo preguntas de distención.

FJ: Todavía no estás enganchado con tu trabajo.

PA: La verdad que no porque, como ya te dije, yo estaba en otra línea y esta no la veía, o sea igual a pesar de la distancia que la tenía estaba bien consciente de lo que significa a nivel de país las ventas, el impacto que tiene, como llega hacia el pueblo, el lenguaje, todo lo que maneja, pero no me había inmiscuido tanto así como para decir, por eso esta va a ser la semana de la conscripción.

FJ: Ah y porque le tenias distancia

PA: Por el tiempo que estuve tal vez en otros medios, la forma de hacer el periodismo es diferente, no que ellos lo hagan o lo hayan hecho de mala manera igual se busca contrastar y buscar la segunda versión, tercera versión para no dejar cabos sueltos, sino esa forma del sensacionalismo, por eso, por eso.

FJ: y que le ves al sensacionalismo que sería para ti el sensacionalismo

PA: Hurgar un poco, buscar, despertar ese, ese morbo que hay en el pueblo, la parte más sensible del pueblo, no solamente del pueblo, de toda la ciudadanía, todos nos escandalizamos al ver una noticia tan impactante, ellos lo manejan de otra manera, tienen su forma de hacerlo, como te decía, a veces entre líneas hay una frase que impacta que puede quedar en el aire en otro medio pero en extra pega y llama bastante la atención, también el lenguaje que se maneja, e un lenguaje mucho más popular, llega más al pueblo, llega más a la gente, se sienten mucho más identificados con eso, amén de la sangre, amén de lo que siempre habla la gente de la sangre y de las mujeres, dentro de todo eso hay historias que le han pasado a mucha gente, similares, iguales y al momento de leerlas se ven identificados con eso.

FJ: O sea tú crees que encuentran identidad por lo que han vivido, tal vez eso

PA: si

FJ: O sea tú crees que por ejemplo muchos dicen como que se crea esa necesidad o ese morbo, que es del medio, tú crees que exista esa creación de necesidades

PA: Es que están allí, son reales, la cosa es mostrarlo, como se lo muestra, con que titular se lo engancha, y se lo das al lector, esa es la diferencia, tú en otro medio puedes encontrar la mejor noticia en un espacio pequeño, con otro título y la gente lo ve y lo pasa quizás, pero acá se resalta eso y la gente le presta atención, se siente identificado de alguna manera.

FJ: Y tú qué piensas de que por ejemplo yo cuando me empecé a involucrar en este tesis, es más o menos como antropología visual, no, entonces es como se crean las imágenes para que estas funcionen en el periódico o sea es las de crónica roja, las policiales y un poco la onda que yo tenía es como decir o sea tengo que enfrentarme también a la muerte, porque suponte yo le tengo bastante miedo, bastante recelo a la muerte y es como ese proceso de enfrentarte, tal vez convivir con eso todos los días, que crees tú de lo que te va a pasar o de lo que estas sintiendo hoy.

PA: Bueno, me va a tocar hacer eso, ya me va a tocar convivir con eso, yo llevo horas nomas aquí, tendré que poco a poco irlo descubriendo, pero estar allí en esas escenas tan duras, uno llega a veces a partirse, pone el lado sensible y muestra esa realidad del

sufrimiento de las escenas horribles de crímenes e informa y muestra cual es la realidad de lo que está sucediendo, hay que ser duro y sensible a la vez y hacerle entender al lector porque suceden ese tipo de cosas, esos hechos imagínate si se los tapa, son duras son crueles, son imágenes muy fuertes, pero es la realidad, lo estamos viviendo todos los días, podemos salir de aquí y vemos a una persona que pueden acribillar, un volqueta descontrolada por un conductor irresponsable y mata a 3-4 personas, lo podemos palpar, tan cerca, nosotros podemos ser víctimas de eso

FJ: Pero tú crees si has de ver escuchado como que se crea esa violencia o esa sensación de inseguridad desde los medios, que crees de eso

PA: No crea porque como te digo eso lo podemos vivir, eso lo vive la gente, lo que se ve plasmado en el diario es la realidad, somos 14 casi 15 millones de ecuatorianos regados, tanta cantidad de tierra, en todas partes se dan este tipo de hechos sangrientos, nos puede pasar a nosotros, no estamos alejados de la realidad, qué pasaría si nosotros cogemos y tapamos todas estas cosas, dentro de esos asesinatos, sicaratos, de robos, de persecuciones de secuestros, hay cosas que contar no nos podemos quedar con el hecho publicando el hecho, qué paso hay que seguir investigando que hay detrás de eso, si hay gente poderosa vinculada o no, qué tipo de gente esta detrás de asesinatos, de sicaratos, hay que mostrar esa realidad, no es que se la invente, no es que se quiera mostrar un escenario sangriento para vender más, es lo que está pasando y la gente quiere saber lo que sucede.

FJ: Es que justo ayer estaba en el hotel y veía los noticieros y era chistoso porque era como ver casi la misma portada pero en los noticieros y esto se repetía en RTS, en el 4 en el 10, era como que tenía la misma onda y había otro ejemplo igual, el "Últimas Noticias", en Quito el "Pepe" o el "Súper", porque crees que ahora la tendencia es ir hacia ese tipo de información, cuando los otros entre comillas se podrían llamar serios o se llaman prensa no sensacionalista en todo caso.

PA: Bueno aparte la cultura también, esa cultura de lectores que tenemos en el país, de que es lo que le impacta a la gente, los hechos, si te has dado cuenta de un año hacía acá el giro que han dado los noticieros, muchos de ellos por no decir todos, abren sus notas con hechos de sangre, es la identificación, es esa vinculación que hay más con la sociedad, pero volvemos a esto no es porque se quiera vender, o se quiera crear una alarma general o que la prensa este creando un producto sangriento no, son las cosas que se dan, estamos viviendo una ola de violencia bien grande que los responsables a nivel de gobierno digas que no sucede nada, obviamente es porque no les ha pasado a ellos, es entendible no, pero ya vimos reacciones lo que paso con los policías en Guayaquil, encontraron rápidamente a los supuestos asesinos.

FJ: Igual paso con el alcalde de Quito, que le asalten al alcalde de Quito

PA: Si, sucede con autoridades, la gente es muy diligente, muy rápido, pero allí esta pues el reclamo del pueblo, de la sociedad que no se hace justicia, entonces los medios van proyectando eso, se van enganchando mas en lo que es el clamor entendido de la comunidad. esa parte de educar al televidente, al radio escucha, al lector se lo está cumpliendo de informarlo de educarlo, al momento de hacer las noticias a través de cualquier medio, radial, televisivo, se incluyen cosas que son de mucha ayuda como para que la gente conozca el tipo de cuidados que debe hacer al momento de salir de un banco, con dinero, de tomar un taxi, que sea víctima de secuestro express. En eso se ayuda en eso la gente va tomando conciencia, esta mas alerta, igual vemos que la delincuencia no baja, es eso, es toda esta vinculación que hay entre medios de comunicación y sociedad, sociedad agobiada de tanta maldad y que los medios son la

parte que ayuda a indicar a las autoridades de las cosas que están sucediendo, del reclamo de la gente por pedir seguridad, respeto, todo lo que necesitan, autoridades del Gobierno, no van a llegar a las zonas más deprimidas de Guayaquil, a ver a los muertos, los muertos no se repiten las fotos de los muertos no se repiten, las fotos de los muertos, víctimas de sicariato, de robo, no son repetidas son fotos diarias, son imágenes diarias de todo lo que sucede, esa es la realidad.

FJ: Y te gusta estar más en el campo o en la onda editorial

PA: En el campo, si pero igual buscaría alguna manera de salir porque la cosa es afuera, contar cada detalle, contar todo el entorno no, a que huele la ciudad, el llanto, las alegrías, transcribirlas bien, contarlas de buena manera para trasladar al lector y que sientan esos estados de ánimo de lo que se vive afuera, ese es el poder del papel y de la tinta.

FJ: Y crees que le queda poco tiempo al papel o no

PA: No, hay un arma que no está siendo bien explotada por los periodistas de prensa escrita, que son las narrativas, las crónicas, podemos encontrar las noticias de hoy, pueden haber salido de noche en la televisión, la radio la pudo haber llevado más rápido, el internet también, tiempo real no, peor de forma breve en cápsulas informativas, el papel, tiene la posibilidad de contar una historia, todos los hechos, de captar todo, en un partido de fútbol, yo puedo estar sentado tranquilamente en el palco de prensa y puedo describir y escribir para el día Lunes lo que la gente ya escucho en la radio, en los comentarios de televisión, o pudo haber sacado sus propias conclusiones, el valor agregado está abajo, tienes la posibilidad de meterse a la barra, de meterse a la cancha, y contar como insultaban los hinchas, el gol que se comió tal jugador, las decisiones de un técnico, en la calle en una consulta popular, contar como lo vive la gente, la gente lo ve como una fiesta nacional, salen todos los de la familia, vámonos todos a votar, a una consulta pero que llevan ellos en la cabeza, hay gente que va y no sabe, ni por qué va a la consulta, sabe que va a la consulta, va y raya pero no sabe el fondo, hay bastantes cosas, que se puede enganchar a la gente con crónica, se lo puede hacer, con una buena narrativa, se lo puede hacer, el papel todavía tiene vida, puede dar para más si se sabe mantener al lector enganchado a las buenas historias, una buena investigación en la televisión el tiempo es rápido, como dicen un día es oro, las buenas investigaciones o las buenas series en el papel van a tener la expectativa, bien sustentadas aquí está.

FJ: Y que se siente digamos o sea ser un periodista de crónica roja o de sensacionalismo, hay alguna diferencia o es lo mismo.

PA: Recién lo voy a ver, es lo mismo creo yo, llegas es la misma preparación llegas con las mismas ganas, es el hecho, el punto central de lo que mueve la noticia, está en el dolor, en lo que le ha sucedido a X o Y persona que si te das cuenta cambia nomás el título a diferencia de otros diarios, pero están los elementos, todos los detalles, toda la información de cómo se dio, básicamente es eso, entonces a veces hablan mucho de la morbosidad, que uno va y siempre tiene que buscar la sangre, son cosas obvias, en un asesinato, las causas de la muerte, los presuntos autores de la muerte, los delincuentes, eso, todo lo que encuentras en "El Universo", en el "Expreso", el "El Comercio", en el "Hoy", de las notas de sucesos, lo encuentras acá.

FJ: Y por qué crees que se le ataca, a veces mucho desde la academia, para muchos grupos sociales, de personas, solo es eso solo es sangre, dicen hasta que le exprimes y sale sangre.

PA: Los titulares las fotos, pero las fotos como te dije es la realidad, es lo que está pasando, vamos a esconder entonces las fotos, eso es lo que sucede en esta sociedad, alocada que se vive a la atropellada, que hay detrás de todo eso, donde está el respeto a las leyes, donde están las autoridades, trabajos de investigación para desarmar bandas delictivas para evitar ese tipo de cosas

FJ: Y que crees ahora por ejemplo de estas nuevas leyes, de la ley de comunicación que ahora se está tratando, que onda crees que pase con la forma de contar la información, de mostrar las imágenes.

PA: los que sufren o los que van a quedar, sin la información o sin la realidad de lo que está sucediendo, va a ser el lector, o la ciudadanía, eso es lo que va a suceder, prácticamente se evitaría que sepan todo lo que está sucediendo. la realidad se tapanía las deficiencias de autoridades en el control delictivo, pero hay más cosas, si quieren que se baje entre comillas sangre, hay más cosas la información se da todos los días, la información se da todos los días.

FJ: Que restricciones hay ahora con las imágenes, con el tipo de noticias o va a haber.

PA: Bueno hablando de restricciones, tipo de imágenes de gente degollada, baleada, estas imágenes que dicen que son grotescas, groseras, pero acá hay más información o sea estamos hablando de las prohibiciones que podrían darse con la nueva ley de comunicación, vamos a ver la reacción de la gente también e insisto la gente pide ver la realidad, lo que está sucediendo, el Gobierno tiene medios de comunicación escritos, la verdad que no se cuanto resultado les este dando hasta ahora en esa línea editorial que ellos mantienen, es respetable, pero el pueblo es el que decide, que desea leer como se desea informar, de qué manera, si habrían sido las restricciones como te dije, aquí está el trabajo, la información la noticia está en la sangre, hay que seguirla buscando y seguir adelante.

FJ: Si has visto la revista alarma la de México.

PA: No, no, no.

FJ: Ahora es más digital pero tienen toda esa onda de imágenes súper fuertes, fuertes, fuertes, ponen en primera instancia, la cabeza degollada con los cuerpos atrás y es absolutamente cruda, es súper fuerte, inclusive, has escuchado la canción esta de Café Tacuba "La alarma" es como dedicada a esa revista, yo decía esta revista es como 10 veces más fuertes que el "Extra" y allá hay un público mucho más grande. Es semanal porque le dan un montón de tiempo a las investigaciones, es como algo súper tenaz digo yo.

PA: Nos vamos a Europa a ver lo que hace "Bilt" de Alemania, 14 millones de lectores en Europa, con rotativas en Francia, Alemania, y las gente lo busca y cuantos gobiernos no han querido tumbarlo para que no se sepan los escándalos de funcionarios de gobierno de Alemania, escándalos con alcohol, lavado de dinero, travestis, prostitutas, es lo que está pasando, son las cosas que se dan allí, ¿Hay que taparlas?, la gente necesita ser representada por alguien que comete actos delictivos de reputación dudosa digo yo, que pasará acá, no se por donde pase tanto las prohibiciones para un medio que informa, que se lo hace como se deben hacer las cosas, con ética, con profesionalismo, buscando todas las versiones posibles para no dejar cabos sueltos, serio en el cual se dan hechos lamentables, buscando sangre, olfateando sangre, sensacionalismo, los titulares, es el lenguaje de la gente, del ciudadano común, es eso.

Puede ser que mi criterio haya cambiado, puede ser, no se mucho más metido en esto, yo lo veo, ayer estuve leyendo algunas ediciones de "Extra" y es eso son historias que hay que contarlas mejor sí, ahí se ayuda bastante al lector a que tenga una buena cultura

de lectura, que entienda, mejor las cosas, no simplemente contarle: fulano de tal falleció, estás son las causas y el jefe de policía dijo que iba a atrapar a los ladrones, no hay más hay más cosas, hay que buscarlas, hay más historias que contar, no solamente de muertos, sino de deportistas, de futbolistas de gente de espectáculo, de políticos, de hermosas mujeres, todo es vida, todo lo que gira en torno a nuestras vidas, ya te digo metiéndome más en esto de acá, tal vez después de un par de meses, los conceptos sean mucho más amplios.

FJ: O hayas botado la toalla o no crees

PA: No porque cuando ya te embarcas en un proyecto, metes todo, aquí se pueden hacer cosas interesantes, narrativas de Edgar Allan Poe, se puede meter acá, se las puede hacer acá, le puedes cambiar el cassette a la gente y la gente va a empezar a buscar el periódico por las historias.

FJ: Por eso será que no le gana la competencia, o sea yo creo que no le gana.

PA: Es que no las encuentras en otros medios, no tienen ese espacio y "Extra" si lo tiene, la gente tiene sus creencias, sus cosas, si no le damos espacio a eso, si somos cómplices de tapar estas cosas insólitas, esa sociedad se van quedando, ahí tapada y no crece, hay que abrir un poco la mente a la sociedad y que aprenda a no escandalizarse de este tipo de cosas, sino que las lea, las absorba, las analice, y que este bien consciente de que es lo que está sucediendo, que no es nada inventado, porque a veces, una cosita ven y uy... que esto, uy... que lo otro, es la realidad.

2. Entrevista a Carlos José Yagual (caset 2:00:54:30)

FJ: quiero que me digas tu nombre, cuánto tiempo trabajas en comunicación, haciendo esto de fotos y todo eso. Y qué haces aquí en el extra, entonces ahí ya empezamos con las preguntas.

CY: Perfecto, mi nombre Carlos José Yagual Rodríguez, tengo en prensa aproximadamente treinta años y soy editor de fotografía del Diario El Extra...se movió un poquito.

FJ: si, repitámosle nomas.

CY: Si mi nombre es Carlos José Yagual Rodríguez, tengo, soy editor de fotografía de aquí del Diario El Extra y en el medio de prensa escrita tengo aproximadamente treinta años.

FJ: Carlos, cuéntame ¿qué características tienen o debe tener una foto del periódico, del Diario El Extra?

CY: Bueno las fotografías que requerimos para el Diario Extra pues, es un, como es un diario popular pues siempre necesitamos fotografías de, que sean impactantes, que muestren la realidad, no alteramos nunca la realidad de las fotografías y tratamos si y no o sea de mostrar el drama, no, sin mostrar mucha sangre, mostrar tanta crueldad, no, simplemente la realidad nada más, la realidad, sin afectar al, sin herir al lector, no, sin herir a la persona que compra nuestro producto.

FJ: ¿Quiénes compran El Extra? ¿Quiénes compran ese producto?

CY: Todo el mundo, todo el mundo, si, y, ese es el diario más vendido en el Ecuador. Y, incluso fuera, se manda fuera del país, este, yo lo encuentro en todas partes, lo encuentro en todas partes, a todo el mundo leyendo Extra, y sacamos, como cubrimos,

somos un diario pues a nivel nacional, que circula a nivel nacional pues entonces, lo lee todo el mundo, todo el mundo, en todas partes encuentras Extra y a toda hora.

FJ: ¿Y a veces tienes vecinos o conocidos que leen mucho?

CY: sí, sí, sí... es más a veces voy llegando a casa y los vecinos están esperándome para que les obsequie el diario que no lo han alcanzado a comprar o no han salido, o no paso por ahí el canillista así, sí, en casa mismo pues en ver farándula o deportes, le damos, siempre le damos mucha cobertura a estos acontecimientos.

FJ: Y por ejemplo, el, el otro día yo veía una entrevista, creo que era del Super, pero ella tenía una cámara chiquita y le daba, estaban cubriendo justo a esta señora que le habían golpeado.

CY: Sí.

FJ: Y ella le dio la cámara a uno de los que tomaban las denuncias para que le tomen la foto a la señora.

CY: Bueno, sí, son artificios que usamos todos, ahora nosotros tenemos ya años en esto y lo hemos hecho siempre no, y hay gente que, y es la necesidad no, necesitamos la imagen, claro hay que ver, hay que después seleccionar la imagen. No, no todo lo que se tome o nos tomen, pues o nos pasen podemos publicar no.

FJ: Pero ahí qué pasa por ejemplo, en cuanto hablar, digamos del trabajo del fotógrafo, del saber hacer del fotógrafo versus esa persona de la fiscalía que no sabía hacer fotos y luego, o sea vi que le publicaron inclusive la foto.

CY: Si, veras, sí.

FJ: Cuándo, cuándo, cuándo predomina digamos lo que se ve en la foto, versus, el saber hacer la técnica fotográfica en la profesión del periodista.

CY: Ya veras, o sea que veras, hay momentos en que, como no podemos estar en todas partes, tampoco somos muchos no, entonces, ciertos periodistas, nuestros sobretodo, cargan cámaras pequeñas, cámaras caseras que son apunta y dispara no, y, como si, entonces en ocasiones o no nos permiten pasar, o no alcanzo a llegar el cronista gráfico, entonces el periodista saca su camarita y le pasa a la persona o lo toma ella mismo. Los periodistas nuestros siempre están recibiendo consejos, charlas sobre como tomar fotografías, que ángulos usar, como encuadrar, como componer no, aunque te digo que en crónica roja o en sucesos realmente, pues no, no se puede estar mucho uno jugando con las reglas de composición, no, y entonces tiene que tomar a veces lo que encuentras al momento, registrar el momento, eso es, dudas una milésima de segundo y se te paso el momento no. Entonces por eso pues cargamos estas camaritas así y ya te digo pues si no estuvimos en el lugar pues, pero si logramos conseguir la imagen de alguna manera pues, y, si lo que estamos mostrando es noticioso pues prima ahí los que es lo noticioso o sea se acabo la calidad tanto, el encuadre y la composición, no nos queda otra.

FJ: ¿Qué le hace a un momento noticioso?

CY: Qué le hace a un momento noticioso. Qué buena pregunta. Mostrar un hecho relevante, de interés general, eso básicamente. Y, ya te digo es en el momento preciso, estar en el lugar preciso, el momento preciso, eso, eso es muy importante. Se te paso, ya no, ya no tiene el efecto que buscas sobretodo no, datar, datar visualmente sobretodo,

FJ: Hay una fotógrafa, que se llama Susan Sonta, fue activista en los sesenta, setenta.

CY: Ya.

FJ: Ella tiene un libro que se llama “Ante el dolor de los Demás”, sobre las fotos que se hacen de guerras, de muerte, pero había una parte interesante donde justo hablaba sobre una exposición de fotos que se hizo cuando se tumbaron las torres gemelas.

CY: Ya.

FJ: Y ella decía, era para ayuda la exposición, entonces tú tenías miles de fotografías y en cada una creo que la comprabas en 50 dólares, pero ella decía, tú te podías estar llevando la foto del fotógrafo más famoso de New York como el man que estaba con la kodak desechable ese rato abajo de las torres y tomo la foto, o sea, pero para la gente absolutamente todas eran buenas fotos.

CY: Ya.

FJ: Entonces.

CY: Lo que resulta aquí, algo que te voy a decir es, o sea es una apreciación mía no, en una desgracia de esa magnitud, casi todas las fotos son buenas, o sea ahí realmente un fotógrafo profesional como un aficionado están casi a la par e incluso con la cámara que use pequeña, grande, cara, barata. Un terremoto, tienes para tomar miles y miles de fotos y no solo tú, todo el mundo, con celular, con camaritas pequeñas, baratas, o sea no, claro un profesional de pronto tiene una, una pequeña ventaja no, por su experiencia y por todo eso no, buscando ángulos y todo eso no, pero, imagínate ante un desastre, una tragedia de esa magnitud, ya te digo todas las fotos, toda imagen que tengas es casi buena, estas mostrando una cosa, un desastre muy, muy grande, el tsunami, que hubo en Indonesia, el terremoto en Puerto Príncipe, en Chile, entonces, ya te digo, tienes para, o sea hay cien fotógrafos y los cien te están tomando fotos buenas, que se yo, el cinco por ciento no servirán mucho, pero el resto todo te vale, todo te vale, en una tragedia de esa magnitud, si, o sea no, es más no te alcanzas, no te alcanzas porque hay sinnúmero, sinnúmero de momentos que tienes para graficar ahí, que no, nadie se pelea ahí por más porque no te alcanzas, no te alcanzas, es demasiado grande. Ya te digo, puedes con una cámara pequeñita, seis mega pixeles de pronto y de lo más económica, apunte y dispare y sacas una buena imagen.

FJ: Y qué, por ejemplo si decimos que El Extra es un diario popular. ¿Cuáles son las características de una foto popular? O sea, ya no digamos del tipo de información, si es deportes, si es farándula, si es roja. ¿Cuáles serían las características de una foto popular?

CY: Las características de una foto popular pues, bueno, o sea, es como diario popular pues estamos con el pueblo, mostramos las vicisitudes del pueblo, las cosas que le suceden al pueblo, entonces prácticamente todas esas graficas son, todas esas gráficas que tomamos es gente del pueblo, es gente común y corriente como somos todos, que muestran nuestra idiosincrasia, nuestra cultura, lo que es básicamente nuestro pueblo, todas esas gráficas son fotos de deportes, pues gente de todo, la gente del pueblo, todo es popular, este, nuestros artistas, le damos mucha cabida al artista nacional.

FJ: O sea, entonces más o menos hablamos de quien está haciendo representar la foto es gente popular.

CY: Si, que se identifica con todo el mundo no.

FJ: O sea eso va por sobre las reglas de composición, de luz, de...

CY:.....no, se puede decir que están a la par, no podemos irnos para un lado, para otro, tiene que mostrar las dos cosas, tiene que tratar de, de estar dentro de, se trata no, que este dentro de las reglas, por decirte, por decirte hace poco un compañero del diario Fraterno, hizo una gráfica de un avión, no me acuerdo de que aerolínea era, este y, y el tipo estaba con un gran angular ese momento y vio que se iba incendiando una de las turbinas, no alcanzaba a cambiar el lente, entonces lo que hizo fue alzar la cámara, disparar, pero era una cosita así que se veía la imagen, la querían para portada y no podía camuflar algo pequeñito, tenían, no daba la foto, tuvimos que interpolar la imagen, editarla, interpolarla, se amplió, fue a dos columnas, tres columnas no recuerdo

y la calidad ahí se fue al traste, pero mostrábamos lo que queríamos mostrar, o sea tuvimos que editar, ya, y darle algo de composición, bueno fue una imagen centrada, no, no, no era mayor cosa, pero disminuyo mucho la calidad, entonces mostramos lo que queríamos mostrar, y, era un hecho real que nadie podía refutar y de decir no, no se estaba incendiando la turbina. Estaba la foto del avión, se podía identificar el avión, que aerolínea era, todo eso, la hora y todo, entonces es, hay que ir equilibrando no, una cosa con otra, no, que sea popular, que tenga técnica, que tenga calidad, entonces se trata, se trata mucho de jugar con todo eso, conjugar con todo eso.

FJ: ¿Y hay gente que pide específicamente venir al extra?

CY: Si por, te digo el tipo, sobre todo el tipo de fotografía que se hace acá, y si, tenemos mucha libertad para hacer en ese sentido la fotografía, lo que se les ocurre, la historia gráfica que quieran armar, y se les da las facilidades, este, necesitan movilización, bueno cosas así, si se los puede facilitar más accesorios, equipos, se lo hace.

FJ: Estábamos en esto de las fotos a veces prima mas el suceso entonces que el... muchas veces....

CY: Claro, si, si, si claro, si, si.

FJ: Por ejemplo, he visto que a veces usan fotos del mismo archivo personal de las familias o de la gente.

CY: Se lo pide porque a veces no queremos mostrar, por decirte si fue descuartizado, por decirte no, si fue, que se yo está destrozado, no mostrarlo así, mostrarle en todo caso en vida no, y el 99,99% de las personas nos colaboran y siempre, y siempre ellos saben que estamos hasta sintiendo un poco también los que ellos sienten pues, vivimos aquí con muchas cosas que pasan, tragedias que pasan y estamos con ellos y si vemos que de pronto ellos están haciendo algo equivocado, un procedimiento equivocado como uno ya tiene la experiencia de, de, de que pasos dar, a donde acudir, todo eso, uno les va diciendo, no no haga esto, vaya acá, haga esto de acá, denos la copia de la denuncia que necesitamos, y mire esto no puede quedar así, esto tiene que saberlo la prensa, tiene que saberlo, tiene que publicarlo, denos una foto en vida su familiar, todas esas cosas y las personas no colaboran, colaboran siempre; ya digo es rarísimo la persona que no quiera, pero ya te digo lo que tratamos es de hacer que sepan incluso las autoridades, esas cosas que no saben, les mostramos las cosas, denunciemos, y... y así nos llevamos con las personas con las que entrevistamos, con las que hacemos el trabajo diario, con las autoridades...con todos...ajá

FJ: ... tu, cuando tienes que hacer la edición de las fotos, la edición de las portadas... en qué te fijas, cuándo dices está foto no entra, está si... está no va, está es portada...

CY: bueno...puede ser, caso por ejemplo de un menor pues, y ha sido perjudicado de alguna manera pues, lo cubrimos, lo ponemos un parche y busco, busco si que tengan calidad, que tengan calidad no, si ya no tienen calidad, bueno ahí comienza a primar el momento noticioso, tiene que ir una fotografía, así tengamos que interpolarla, agrandarla, meterla una máscara de enfoque, para ayudarla, porque está movida, o le faltó luz... o tiene poca luz o tiene mucha luz, eso este, en eso es que nos fijamos.... No tratamos de mostrar mucha sangre tampoco, o si no lo ponemos en un segundo plano, buscamos una fotografía, en donde esté en segundo plano la persona que haya sido herida... si son delincuentes... y está comprobado que son delincuentes, in fraganti, todo eso, lo mostramos tal cual son no... accidentes... bueno y así también tenemos, bueno dependiendo como el editor general conciba que va a ir la portada... si va a ir una artista, si va a ir una chica modelo, si va a ir deportes, dependiendo eso cómo haya

concebido la portada el editor general pues me comunica y comenzamos a armar, buscamos las fotos y va esto, esto, es el momento de la... es el momento culminante del diario, el momento de hacer la portada... qué noticia va, qué no va, qué va con fotos, qué va sin fotos, si las fotos son impublicables...digámoslo así, donde están mostrando demasiado....demasiada ... sangre, si no es de publicarlo, no lo publicamos, no lo ponemos el gráfico, sólo el titular....

FJ:... por qué crees que ahora, digamos, antes, hace algunos años, era impensable digamos editar las fotos o tocarlas, o cuando era película, era-... el encuadre completo es el mío y es mi decisión y todo eso, porque ahora como que ha variado digamos, por último tal vez usas un gran angular y tienes 24 megapíxeles y puedes ampliarlo al tamaño que quieras; o sea por qué....han habido esos cambios, que tu ya puedes un poco planificar las fotos...

CY:... te digo una cosa...usamos un editor, un programa, un programa de edición de fotografía, pero... tiene una cajita de herramientas, una cajita de herramientas, casi todas las herramientas, casi todas, es lo que se hacía antes pero artesanalmente, en el laboratorio de fotografía, no sé si te has dado cuenta que hay una, hay una que muestra una de cortar la foto, de editar y hacer el coping, eso también se lo hacía antes, también se lo hacía con la ampliadora, claro, si las quieres ampliar... interpolar, bueno interpolar, ahora por lo que tienes megapíxeles, tienes píxeles, ella te da el tamaño... pero por decirte ... una gráfica que era tratada en un negativo...o slide de 35 mm. si, teníamos que mover el cabezal de la ampliadora y proyectarla a la pared, para que se amplíe más , lo hacíamos, había que hacer máscara de enfoque, bueno no se llama hoy de enfoque... máscara se hacía... esa máscara era justamente para enfocar, para buscar un efecto de borde a la imagen para que coja un enfoque ficticio... eso también se hacía, se hacían máscaras, o sea se hacía un internegativo, se lo movía un poquito para que enmarque en el perfil, eso se hacía, eso también lo hace el programa de edición de fotografía, que se llama... máscara de enfoque justamente se llama ahí; claro, por ejemplo en el caso del fotoshop, hay una manito que se ve así, y esa manito era cuando uno iba a....., hay también una paletita, esa paletita también se usaba, era un cartoncito negro y un alambrecito y se lo pasaba, eso era para sombrear, o sea todas esas herramientas prácticamente, casi todas, no todas no, porque ya hay unas cosas nuevas, y ya te digo, todo se hacía, se hacía coping, se hacían negativos grandes, se corregían perspectivas, también tiene corrector de perspectiva el fotoshop, tiene corrector de perspectiva...si todo eso lo hacíamos, se levantaba una esquina y ya corregía perspectiva, claro, si todas esas cosas se hacía...

FJ:... no hay nada nuevo...

CY:... si... ahora, si, lo que pasa que ahora es más, se puede decir ahora es más limpio, por ahora no tienes que estarte manchando con químicos, ya no, ahora es seco, no es como antes que tenias que tener un cuarto, una zona húmeda...no, este.... y es más rápido, puedes visualizar con tiempo, puedes ver si va a quedar bien o no... retrocedes pasos... este, o sea que si se editaba, y yo he estado en la transición, he estado en lo que era convencional, de la película y químico, y ahora digital, aproximadamente del año....cerca del año 2000, comenzamos a cambiar, y he estado, creo que es el primer diario que se digitalizó en fotografía... comenzamos las cámaras digitales a usar, creo que fue el primero, no estoy seguro de eso, creo que fue el primero, si no fue el primero fue el segundo no fue más, si, entonces tenemos mucha experiencia en ese sentido, nos hemos estado siempre capacitando, **la empresa siempre nos ha estado capacitando en este sentido, para que, para estar al día en esto y sacar el máximo provecho.. ajá...**

FJ: ...mira por ejemplo, veía alguna de las portadas, digamos que un poquito las arreglaban la piel...,la... digamos en el caso de una modelo, o en el caso de, me acuerdo, de esto de Diana Carolina...de pronto es mejor arreglarlas un poquito...

CY: ya, ya... claro... lo que se trata es de... por ejemplo, si tiene una cicatriz, no es que se le trate la cicatriz, o una mancha... lo que se trata de es de suavizarla un poco, nada más, para que estéticamente, sea más presentable, tiene la cicatriz, queda la cicatriz, por decirte si tiene la ceja partida, tiene la ceja partida pues no les podemos arreglar, la suavizamos un poco nada más para que estéticamente sea más agradable a la vista, depende de quién sea también, si es un artista, depende de la persona que sea...

FJ: en el tiempo que trabajas, por ejemplo, alguien ha llamado a decir, me sacaron mal ahí, o no me veo bien....

CY: ... bueno, sobre todo, hay personas que, ya son personas que son de pronto... mayores de edad, tienen mucha edad y no quieren salir con arrugas, por decirte, pero si tienen arrugas pues, ya qué podemos hacer....

FJ: ...pero si han llamado a quejarse...

CY: ...e.e llaman pues ha decir, por qué me sacó esa foto que... cosas así no... o señoras, se me ve muy gorda... qué vamos a hacerle pues no... En fotoshop, en ese programa, pueden hacerse muchas cosas... pero ya sería mostrar algo irreal, demasiado..., no, no se podría hacer...

FJ: ... o sea... no les gusta salir mal...

CY: ajá... pasa también, que alguien le tomó una foto con una cámara pequeña... le tomó un gran angular a una persona, lógicamente que se va a notar en la imagen como que tiene más peso de lo que realmente tiene, entonces ya... tenemos que ponernos como... pero si alguien le pide que le haga una gráfica grande, pues usa un lente apropiado para hacer un retrato, ya un 100 mm. apara arriba, que sé yo. A las modelos les tomamos a todas con TL200 TL300 mm. Cuando hacemos sesión de modelaje aquí, las llevamos al estudio que tiene la empresa, estudio grande, y ahí se les grafica y usamos, si es en exteriores 300 mm. y en interiores 200 mm...

FJ:... y cuál sería la diferencia entre usar el gran angular o el teleobjetivo...

CY: eee...a la persona la muestra con teleobjetivo, como que tuviera más peso, que el que tiene...

FJ:...el gran angular?

CY: el gran angular, claro... comienza... la... como que le distorsiona y la ancha a la persona, se le calcula que la eleva como a diez, aparentemente diez libras más, imagínate una persona que ya está gorda, y le pones eso, peor todavía...

FJ: se le nota más?

CY: Claro, claro

FJ:... y para hacer la noticia para Publisher, que lente usan...

CY: bueno, ahí si usamos un lente, bueno tenemos un equipo de dotación, se podría decir, es un equipo básico, que es una cámara, con un lente zoom pues de 17-55 mm. que es el que se lo carga instalado siempre, porque siempre estamos encima de lo que acontece, no estamos lejos y un 80-200 para ya cosas de.., cuando no se puede usar el uno, se usa el lente más largo, es el equipo que carga todos los días el fotoperiodista, sin flash, y el resto batería, tarjetas, el bolso a prueba de agua, y todo eso, acolchonado, para protegerlo de..... y todo eso, pues eso es, el fotógrafo carga siempre es, el lente corto el 17-55, un zoom 2.8, que mantiene 2.8 en todo el zoom, entonces no le varía la luz para nada, son lentes con una óptica muy buena...

FJ:...es así como técnicamente laboran.... Y cuando, digamos, como ahora se quiere prohibir un poco las imágenes de violencia... Hay una pregunta en la consulta que está destinada a esta... yo diría que está muy cercana a la actividad que hace un periodista. Tu crees que eso va a limitar el negocio, o qué les toca hacer, y también, de paso, por qué, digamos, más se sanciona a las imágenes que al texto... yo pienso que en el texto muchas veces, contiene muchas cosas, que pueden ser mucho más----, por qué lo primero que quieren sancionar, o digamos lo que sanciona la misma gente, y critican son las imágenes?

CY: bueno pues sería, pienso no, que sería de pronto porque, sería como estar viendo directamente en vivo lo que pasó no... y en cambio la lectura, pues por mucho que escribas, de pronto no llegas a lograr narrar todo lo que realmente ves en una sola imagen, como dicen por ahí, alguien dice que una imagen te muestra más que mil palabras, una frase así no, más o menos es así. Ahora verás esta empresa en la que estamos, edita dos diarios *Extra* y *Expreso*, pues es una empresa que siempre se ha mantenido, este, dentro de la ley, siempre cumple con todo esto, y si no se puede mostrar el rostro de un niño, de un menor de edad, pues, no se lo muestra, se cuida muchísimo, aquí se muestran imágenes que sean permitidas, que no vayan, que no riñan con la moral no; pero depende lo que pase con la ley, lo que diga la ley, nos encuadraremos en eso y no creo que, mi criterio es que no va a afectar en nada porque siempre, siempre habrá algo que mostrar de interés al lector, y siempre seguiremos arriba, liderando la, el, la circulación en todo el Ecuador si...

FJ:... yo un poco me pregunto cuándo compite el titular con la foto, hablemos de la portada, digamos que es lo que primero impacta, lo que llama la atención primero al comprar el periódico, aunque muchos compren la marca como decir... no compran como decir directamente la portada sino ya piden el *Extra* para ver qué les da, tu crees que va algo por ahí, o cuándo por ejemplo, compite un titular con la imagen o cuándo la imagen es la que gana...

CY: bueno el titular te puede decir, pero sigue bien, cómo quedó el carro, el auto donde fugo los delincuentes..... estoy inventandome no... y, y, o sea el titular está invitado a ver a la foto, depende también de la foto, de la fuerza que tenga, el impacto visual que tenga la imagen, pienso que... también pienso que están a la par; mira también una imagen lo que te muestra es eso, no más, no puedes... a un titular lo puedes modificar, puedes pensar todo lo que quieras, tu imaginación puede volar y puedes poner el titular que quieras... y a veces es el enganche para ver la foto y leer el texto, o a veces es lo contrario es la imagen, te impactó la imagen, y ahí comienzas a leer, claro, qué pasó, qué es esto...

FJ: por ejemplo había un autor que se llama Roland Barthes, el decía que siempre una foto, necesita de un pie, necesita de un texto que la contextualice, porque muchas veces puede quedar como muy abierto el sentido de la imagen, que podrías decir...

CY:... mmm. No creo que toda foto necesite de eso, pero si de pronto, muchas fotos, si, si necesitan un poco un poco meter a la persona en qué es lo que realmente está viendo ahí, no sé si has visto, hay imágenes de pronto, que ahí se ve una linda, un dibujo, una linda chica, uno ve una linda chica, y en la misma imagen tú ves una señora de perfil, una veterana, o sea ya dependería del pie de foto, que te diga vea qué linda chica, o no la señora anciana o la señora de la tercera edad, qué sé yo, depende de lo que diga ahí vas a ver, pero si ves sólo la imagen, ves una chica bonita con sombrero, el otro no, es una veterana que está ahí de perfil, es una imagen por ahí famosa, donde hay esa dualidad digamos de la imagen no, y pero digo no, habrán imágenes que no necesiten

que no necesiten de un pié de foto, algunas, no, no todas, pero algunas que si, si hay esa posibilidad de que la persona no capte de la imagen directamente lo que quiere decir, pero bueno, con ponerle una pié de foto que la contextualice, y de ahí la persona dice, a ya esto es lo que pasó y la imagen es la prueba del momento, de que estuvimos ahí, que le estaban mostrando y esa es la historia de nuestro pueblo...

FJ:... y cuándo por ejemplo entras en competencia con la ilustración, con el dibujo, cuando usas un dibujo, cuándo una foto o cuándo dice no, aquí necesitamos un dibujo...

CY:... ya, bueno, en fotografía pues no, no podemos provocar sensaciones, como dolores, sonidos no, no podemos mostrar, entonces, ahí si tenemos que acudir a la ilustración, pero.... soy yo, un poco reacio a usar ilustración en un diario, si se lo necesita, se lo hace, si no, va fotografía, en ese sentido se lo hace, bueno es mi criterio no, habrá gente que piense lo contrario...

FJ:...por qué no te gusta la ilustración?

CY:... porque eso es... eso es una creación es algo, o sea son líneas inventadas, son colores inventados, no son colores captados por una lente no, y a más de que al poner una ilustración nos quita unas fotos a nosotros, y nosotros queremos poner siempre una foto, ja,ja, y la pelea es también con los redactores, por que ellos quieren poner más texto, yo quiero salir siempre con una foto, ellos quieren salir con un texto, yo quiero salir con una foto más grande ellos quieren salir con una más chica, que les de espacio para escribir

FJ:... te has dado cuenta por ejemplo, entre *Extra* y *Expreso*, hablemos de la diferencia entre texto e imagen, tal vez, el *Expreso*, tiene muchísimo más texto; tu crees que en el *Extra*, el espectador, el lector digamos, quiere ver más fotos, o quiere leer más texto, cómo tú le ves al movimiento este?

CY:... si, si, si creo que quiera ver un poco más de fotos, si quiere ver un poco más de fotos, por eso siempre la pelea nuestra está aquí, no la foto ésta, es más grande, aunque sea media columna más grande, ganar algo, este poner más fotos, pero igual meter texto para poner datos, del... hora. Nombres, cómo se desarrolló y poner la secuencia gráfica, en dónde fue y cosas así no, si es que la imagen no muestra, no identifica el lugar donde fue el hecho no, entonces por eso es que buscamos que vaya un poco más de fotos, a más de que está comprobado que nuestro pueblo, nuestros compatriotas, nuestros ecuatorianos, no les gusta mucho leer, eso está comprobado en muchos estudios, en estadísticas de eso, estudios de eso hay, y no les gusta mucho leer, entonces pienso que les gusta ver más imágenes, a más que competimos con la televisión pues no, aparte de la inmediatez, competimos con imágenes con la televisión, por eso se ve que vaya un poco más de imágenes, que vaya una secuencia más, deportes por ejemplo, yo peleo por que vaya una secuencia para mostrar qué pasó, cómo fue la lesión, cómo se dió el gol, la celebración, peleo secuencias...

FJ:... sólo una imagen, digamos ...

CY:...no, siempre una principal, una que impacte, y las demás que sean complemento de esa, que marque más o menos una historia, como una historia gráfica y complementada con texto, lógicamente, un buen titular...

FJ: algo que me di cuenta acá , desde que llegué acá el domingo, todos los medios televisivos, casi igual, empiezan con crónica roja....

CY:... comienzan con crónica roja, a la mitad crónica roja y a la final crónica roja, cierra con crónica roja, si.

FJ: Por qué cree que pasa esto ahora?

CY: bueno, yo he sabido, que es por reinking no, y me imagino que se darán cuenta que ese tipo de noticias, cuando están dando ese tipo de noticias su reinking se eleva, y controlan los demás canales y siempre se dan cuenta que es eso, ellos siempre se manejan por eso no, es su termómetro, digámoslo así, se miden por eso e incluso canales que no sacaban ese tipo de noticia, ahora, lo hacen igual... de diferentes maneras, pero igual lo hacen. <y si diario *Extra* muestra pues esto, pues, y es el que más vende, también es por algo no...

FJ: pero tu crees que el lector de diario el *Extra*, consume más la crónica roja, por qué o qué es lo que más consume el lector de el *Extra*?

CY: yo creo que si, es el producto en sí en su totalidad, hay gente que de pronto abre el diario, y se va directo a deportes, otro a la farándula, pero en total igual ven todo el diario, abre la portada, ve la portada, la despliega, pasa a centrales... me he dado cuenta porque he estado observando no, abre la portada porque el diario también se vende abierto, para ver toda la portada, de ahí se da la vuelta y ve las centrales, que también es uno de los temas principales que se ha trabajado, alguna crónica o va a deportes, de ahí ciertas personas van a lo que es farándula, y de ahí regresan y comienzan a leer todo el diario de nuevo, página dos, página tres, página tres que siempre es considerada como una segunda portada no...

FJ:.. por qué? ... por que es la impar...

CY: claro, siempre son las impares son las que te dan la vista al lado derecho no, a lo que abres el diario, siempre visualizas...

FJ: o sea que visualmente, primero leemos a la derecha...

CY: eso, cuando abrimos un diario, una revista, una publicación así, pues tines, lapágina uno, pasas lo que tienes al abrir es la página tres... te ubicas, pasas luego vuelves, es decir le das dos pasadas a la página tres...

FJ: y cuando ves un reportaje digamos, qué parte de la página, del reportaje ves primero...

CY: en una página?... en una página, bueno ahí, hay lo que se llama el... el cómo te explico, el recorrido que hace la vista al ver una página, un diario, una revista...una publicación, casi es como leer, como leer , mucha gente va al centro y del centro comienzan en “z” no, en esto está incluido cómo ubicar las fotos, cómo ubicar el texto, porque es como el recorrido que hace la vista en una página...

FJ: de acuerdo a esto ubicas, la imagen?, dònde ubicas la imagen cuando quieres que vean—

CY: arriba a la izquierda, arriba a la izquierda... siempre y cuando no interfiera en lo que es el diseño no, no choque con otra foto, que no compitan tampoco una foto con otra foto, en dos partes, que cuenten la historia, una foto, dos fotos, las que se alcancen a poner o las que sean necesarias poner... Listo?...

FJ: si, perfecto...

3. Entrevista a Angel Wilfrido Moncayo Samaniego, Jefe de diseño de Extra. (11:16:02:2011)

FJ: Cuéntame cortamente de tu vida. ¿Cómo llegaste a ser diseñador gráfico?

AM: Mi nombre es Ángel Wilfrido Moncayo Samaniego, soy de la ciudad de Riobamba. Mi historia de vida, provengo de una familia media baja. Mis primeros estudios, estudié en el colegio La Salle en Riobamba. Estuve en el colegio Carlos Cisneros donde me Gradué de bachiller en electrónica, de ahí me salí a estudiar en la universidad en el instituto República Federal de Alemania. Era un instituto que nos dio la posibilidad de iniciar lo que es sistemas ya que habían la Politécnica que también por ahí pasé. Luego de ahí ya salí, no conseguí trabajo en Riobamba. Tuve que salir primero a Quito, me metí en una empresa constructora InaBronco Constructores que en cierta forma aprendí bastante, aprendí a defenderme que es lo principal porque si me metí en unos pequeños líos, no por peleón ni nada sino que, a veces la gente también es media rara y cada quien tiene su modo de pensar pues no. De ahí regresé, te digo regresé a Riobamba pensé de que regresé con algo de experiencia a trabajar. Ahí entré a una Fundación a dar clases a niños, jóvenes, personas ya mayores también. Y, de un día para otro como llegué, como vine acá a la Costa, es, un día, en la universidad donde estudié, me llama la Vicerrectora, me dice sabe que Wilfre quiere venir a trabajar acá como profesor. Digo bueno, dice y donde está este momento trabajando?, en una fundación dando clases. Entonces me dice ya pues, vamos, dice, que queremos contar con usted; pero hay tres lugares donde usted puede escoger, me dice, porque no es para trabajar aquí en Riobamba sino tenemos extensiones que tenemos con la Uniandes de Ambato, entonces necesitamos un profesor. Digo ya dígame donde voy yo, puedo irme a cualquiera porque de paso como soy soltero tengo esa gran ventaja. Entonces ahí me dio Napo, me dio Macas, me dio Milagros. Entonces en Milagro tengo familia, y en eso, te comento que escogí Milagros, dije bueno a la final tengo familia digo por ahí me voy a, voy a estar bien y puedo trabajar tranquilo. Entonces me fui de profesor. Estuve de profesor ahí un tiempo, hasta que un día, un amigo, en ese tiempo no lo conocía, se llama Roberto Vera, me dice oiga profesor, dice, necesito que me ayude en algo, le digo sí dígame en que le puedo ayudar, estaba en la universidad dando clases, entonces me dice sabe que necesitamos una persona quien nos pueda ayudar a trabajar en un periódico que se está creando aquí en Milagro que es del diario Expreso y Extra. Digo ya pues encantado, digo que hago para ver, me dice présteme su carpeta. Tanto me recuerda ese día que fue un día martes que me vino a buscar. Entonces y me dice cuando me puede dar la carpeta y le digo ya pues le digo, yo el día viernes máximo yo le doy la carpeta. Entonces le di la carpeta, me llamó un día, me llamó el jueves, el sábado me llamó me dijo que venga acá a Guayaquil a entrevistarme con el jefe que estaba en ese tiempo y me vine. Me quisieron, le cuento que me quisieron pasar ya en la universidad me dijeron sabe que ya no lo necesitamos ahí váyase a Ventanas a Quinsaloma. Me fui a conocer, estuve un tiempo ahí, pero, no se así es la vida así pues no, que comencé a tener, comencé con un problema, que la universidad no me estaba pagando el hotel donde me dieron supuestamente para yo vivir. Y ya Comencé con ese problema que no me pagaban, tuve que pagar de mi dinero entonces un día dije sabe que me van a pagar o no me van a pagar lo del hotel. Entonces se hicieron los locos por ahí y entonces dije no, saben que yo me retiro de aquí me voy a dedicar acá. Y de ahí vine

acá a trabajar, pero no aquí a la empresa donde estamos aquí sino que en Milagros había una oficina. En la oficina teníamos esa, esa apertura de poder ir y entonces ya me dediqué allá. Comencé a trabajar, a trabajar y he ido un poco teniendo experiencia, he estudiado, no tengo título de diseñador editorial, tengo título de ingeniería en sistemas que no es casi, no es nada parecido a esto pero dentro de la universidad donde yo estudié nos daban diseño gráfico, nos dieron como un, digamos un anexo a lo que estábamos estudiando y lo saqué de ahí, partes he venido a aprender aquí. He ido por ejemplo para tener experiencia en el internet como hoy es, chuta de gran ayuda, he ido viendo páginas, he ido aprendiendo, he ido leyendo, he ido viendo cosas, y la experiencia que da tener, trabajar aquí en el periódico es muy buena. Somos un periódico o trabajo en un periódico en el cual me gusta trabajar en él. Porqué, porque yo veo de que chuta, por ejemplo primero, el ambiente de trabajo es muy chévere aquí. Aquí a veces por ejemplo nos enojamos con todo mundo, peleamos entre nosotros, pero es una pelea que dura, que te digo dura unos cinco minutos y luego ya estamos riéndonos entre nosotros o a veces nos llaman, nos critican y eso, pero, en realidad, es chévere o será que me siento a gusto aquí que puedo yo trabajar y puedo decir bueno aquí me voy a establecer. Entonces vivo aquí por ejemplo, ya en este trabajo desde que inicié ya llevo 11 años, los 11 años que estoy aquí, en un ambiente que yo, para mí es familiar. Porqué, porque como por ejemplo tú lo has visto aquí a veces por ejemplo nos ponemos lo que vulgarmente decimos las chapas, nos ponemos ahí a cantar, trabajando estamos molestándole al uno molestándole al otro, es que en otro trabajo no te dan la oportunidad esa pues, de reírte, de hacerle una broma a alguien y seguir trabajando normalmente sin afectar tu trabajo con tu vida de amistad. Claro que es un trabajo en el cual cada quien tiene que poner su punto pues no, y en que este es mi trabajo y este es mío y acá es el juego. Eso sí, en cierta forma a mí, te digo yo, siempre separo eso, cuando hay que reírse hay que reírse y cuando tengo que trabajar tengo que trabajar. Hay veces que tú has visto que yo a veces digo que ahora si digo ya no me moleste, no jodan ya, o a veces me enoja y digo déjenme trabajar tranquilo, ya basta de, es porque a uno a veces ya llega al punto en que uno dice tengo ya que trabajar y ahora sí no me molesta nadie y tengo que hacerlo ahí. Lo que si me gusta por ejemplo de mí, es, siempre pedir ayuda. Yo pido por ejemplo a mí equipo a Adrián, a Carlos, a Edy que son mí equipo de trabajo, siempre les digo ayúdenme. Pueda ser un caso que ellos tengan mejor visión que mí dentro de color, diseño y hay veces que ellos me dicen sabes que cámbiale el color y les digo analicemos porque vamos a cambiar, pero porque tú me dices eso, porque siempre me gusta que, por decirle, a veces no soy el único que se más ni tampoco soy el único que se menos, pero si me gusta que la gente en cierta forma me ayude, para hacer mejor mi trabajo y de eso también voy aprendiendo, voy dándole, como se dice un poco más de experiencia al vivir mío en el periódico. Aquí he aprendido bastante, por ejemplo, he aprendido, a veces, de broma en broma, a titular. Extra es uno de los diarios que una canción, una palabra del común vivir o por decirte alguna broma, pum sacamos el título, y lo hacemos grande. A veces hay personas que nos dicen oye de dónde sacaron, de dónde sacaron ese titular; por ejemplo el caso de los que jugaron la Sub 20, estábamos hablando ahí con Paco, cuando Paco dice sabes qué y yo le digo oye porqué no le ponemos como lo de Abdón Calderón, él era el héroe niño, pongámosles héroes niños, que tontera y salió el titular: “Héroes Niños”. O sea, date cuenta, y así es el himno, hay palabras, hay frases de la gente, porque, por ejemplo Extra es de la gente, de la gente común, la gente algún rato dice oye ve, por decirte un ejemplo “Oye pata flaca” y nosotros “Habló el pata flaca” gran titular “pata flaca”. Ese

es nuestro diario, es lo que habla la gente, lo que habla de nosotros, eso es lo que nos caracteriza de otros medios, ellos titulan muy científicamente o muy, que te digo, titulan de una forma más periodística, no sé cómo te podría decir, pero vuelta nosotros no, nosotros tenemos algo loco, nos inventamos cualquier, a veces, perdona la mala palabra, a veces hasta zanganadas nos sale, por querer titular, ya. Por ejemplo, con respecto a lo que estábamos hablando antes adentro, con respecto al diseño, el diseño de Extra o lo que caracteriza a nuestro periódico es el bien vivo, vivo en el sentido de color, vivo en el sentido de letras, de frases, en las cuales nosotros podemos titular a veces demasiado excesivos, fogosos para poner, es el color, es lo que nos caracteriza. Por ejemplo yo, siempre baso la portada del Extra en que debe tener los tres colores básicos, que para mí por ejemplo es el negro, el rojo, el amarillo, y lo que viene ya de parte de mitad hacia abajo, ya son colores complementarios, títulos complementarios.

FJ: ¿Y por qué son básicos esos colores?

AM: Una, porque son los que causan impresión. Por ejemplo un titular rojo, grande, tú al paso vas caminando por la calle, y se te da en ver, y se te da en regresar por lo menos a mirar eso, qué hay ahí, ya. Por ejemplo, en la Marín, en cualquier palma, el negro, eso es lo que caracteriza al periódico, y eso es lo que yo siempre tengo en la mente de que esos colores son los que nos dan para que nosotros lleguemos a la gente, lo que la gente nos regrese a ver.

FJ: Eso es más en la portada, o igual en el interior, o sea ¿qué diferencia hay entre la portada y el interior?

AM: Ya, por ejemplo la diferencia entre la portada y el interior es que en la portada sí tenemos que meter colores, letras grandes que impacten, es diferente a lo de adentro. En lo de adentro tenemos que tener orden, tenemos que tener criterio para poder hacer, aunque no tanto, digamos que no tanto el criterio porque a veces por ejemplo, nuestro lector es a veces como le digo, le gusta el relajo, el bochinche ya, todo lo que se da en, como se dice, en cierta forma desorden y a veces nosotros tenemos que tener un diseño desordenado pero con respecta a lectura ordenado, ya. Por ejemplo, hace unos, que te digo, hace unos diez años atrás éramos todo color, ya, y a veces teníamos problemas con los dueños porque nos decían es que ese periódico vende pero ustedes hacen un colorinche, ya. Pero lo que pasa es que esa razón del color, era lo que llegaba a la gente, llegaba a la gente, por qué, porque decía la gente el extra es donde tú exprimes y sale más sangre. Y yo creo que no tanto también es las fotos, sino que nosotros también por medio del diseño con el color lo hacíamos demasíadamente fuerte la noticia o también le debilitábamos con el color la noticia, entonces por eso es que algunas personas que yo he conversado me dicen ustedes pero entre más exprimen es más no. Y hay veces que por ejemplo, ya desde un tiempo atrás, ya hemos venido quitando la sangre, hemos venido quitando ya lo encarnizado que hace un tiempo era el periódico, que ya éste momento ya no lo es.

FJ: ¿Y, se ha dejado de vender?

AM: Y no se ha dejado de vender, por qué, porque se ha quitado las fotos o porque se ha quitado la chica. Y es porque como te digo, a veces nosotros hacemos un diseño loco, ya, pero que va a llegar a la gente, que le gusta a la gente, por qué, porque la gente también está identificada con nosotros y nosotros nos identificamos con la gente. Entonces por eso es lo que te digo, y de ahí la portada para mí sí personalmente debería, debe tener esos colores, ya, combinar los colores sí de acuerdo a lo que venga el diseño, pero debe tener color.

FJ: ¿ Y qué crees que llama más la atención las fotos o el titular. Cuándo decides que una foto lleva más o qué una foto lleva menos?

AM: Mira, tanto para, por ejemplo, tanto la foto puede tener el gran impacto porque una foto te puede contar toda una historia, ya, sin necesidad de letras, sin necesidad de frases, sin necesidad de un texto, una sola foto te puede vender, y tú te puedes imaginar con una sola foto de que, todo lo que ha pasado. Pero, hay momentos dados de que no hay fotos para hacer una portada o para ampliar una portada, entonces ahí decidimos que, tener un gran titular, grande la letra, con color la letra, para qué, para que reemplace a la foto que no tenemos muy buena para salir. Entonces no necesariamente una foto puede ser la gran apertura, también puede ser un gran titular de apertura y un texto pequeño y una foto pequeña, o puede ser por ejemplo cuando hay casos, voy a ver lo que nosotros decimos un collage, una reunión de fotos en sucesión, sí, que nos puede contar todo lo que pasó en esas etapas, de esa noticia, y abrir con un titular bueno, grande.

FJ: ¿Cuándo usan por ejemplo ilustraciones en las fotos?

AM: Ya, ilustración en las fotos o dibujos que decimos, lo utilizamos es cuando por ejemplo nosotros tenemos un accidente, dile que ya voy porfa, Carlos dile que ya voy. Por ejemplo, hay un accidente en el cual las fotos son demasíadamente groseras para el lector, entonces, hoy en día no sacamos esas fotos.

4. Entrevista a Ivone Lagos

FJ: cuál es tu nombre?

IL: Me llamo Ivonne Lagos Maldonado, tengo 44 años, tengo trabajando aquí 20, el primero de marzo cumpla 20 años; empecé haciendo cobertura de crónica roja, 17 haciendo crónica roja y 3 a cargo del suplemento que sale los domingos, el suplemento dominguero.

FJ: veinte años, o sea que eres casi fundadora...

IL: no, no, el periódico tiene 36 años, claro; bueno, prácticamente treinta y seis a veinte, por cuatro años casi no, o sea son muchos años aquí ya, muchos muchos años...

FJ: Qué tal ha sido todo el proceso. Lo que hacías antes a lo que haces ahora, cómo han sido los cambios de periódico...

IL: definitivamente, el cambio es abismal, un cambio... un cambio drástico, además que, estoy en medio de comunicación donde por parte de los jefes, los dueños, sería así, siempre están a la vanguardia de ver tendencias, actualidades, novedades, lo que es la cuestión de prensa, los nuevos... las nuevas formas de desarrollo, capacitaciones; siempre están viendo como actualizarse no...y *Extra* siempre está actualizándose.

FJ: Ya, cómo has visto, por ejemplo el cambio del oficio, porque algunos me dicen que ahora ya no es que vende el muerto, como era antes...

IL: no, ya no...

FJ: por qué crees, que se han dado estos cambios, que ha pasado con los lectores...

IL: es que el lector cambia pues, ya el lector de hace 20 años no es el mismo de ahora, para nada. Cuando yo entré aquí, aquí era el muerto por el muerto y tenía que ir en la portada, tenía que ir en la portada lo más dramático, o sea siempre era lo, lo... no deja de ser todavía, o sea, todavía no es que *Extra* ha dejado de sacar sus notas de impacto, pero ya tu no ves muertos, ya no ves tampoco la típica mujer, dice desnuda, nunca se sacó tampoco mujeres desnudas, siempre se trataba de poner las estrellitas en sus partes privadas, pero si, si ha cambiado abismalmente. Yo me acuerdo, hace 20 años, mientras

el muerto más destrozado estaba, mucho mejor, mucho mejor; si daban permiso o no los familiares, ahí esa, esa era otra cuestión que tenías saberlo manejar, pero ahora no, ya ya el muerto, si tu te has dado cuenta, de un tiempo acá el muerto ya ha quedado en un segundo plano; ves muertos todos los días y sobre todo con la inseguridad que estamos viviendo, es peor, es peor... antes veías por lo menos a la semana, creo que uno o dos diarios o cuatro a la semana, ahora no, ahora ves de veinte para arriba; entonces, ya la gente como que... no es que le quitas la sensibilidad, si no que... ”a.. un muerto más, como un atropellado más”.

FJ: se viven procesos, cambios...

IL: ...si, si ha cambiado bastante, definitivamente se ha cambiado bastante. Además, tu sabes, con las nuevas leyes, eso también a ayudado mucho, mucho mucho...el mismo joven, la misma palabra, el joven, ya no, el de la nueva era ya no, ya está metido en otras cosas, ellos ya vienen con otras ideas, van avanzando con otras ideas; entonces no, ellos no estaban acostumbrados a ver al muerto, te estoy hablando de chicos de dieciséis, dieciocho años...

FJ: ...y si son bastantes los lectores de calidad del periódico?

IL: ...lo lee toda la gente, es que el *Extra* les trae, trae...aunque lo que nos decía el jefe... el *Extra* no debe ser leído por menores de edad, siempre nos decía que el *Extra* no debe ser leído por menores de edad, no.. porque es verdad hay cosas que son fuertes, cosas que son muy crudas, y que *Extra* las saca, las escribe... entonces... pero ya el joven, ya te digo, está en otra etapa, la etapa tecnológica; además el internet le ha restado también bastante piso a los medios impresos, si tú te das cuenta... no alcanzaste a comprar el periódico... 50 centavos, vas a la esquina, te metes al internet y encuentras todo el periódico on line, todo el *Extra*, si no lo compraste una semana atrás, vas a las ediciones anteriores ahí mismo, en la misma máquina, en el mismo internet... El internet te da todo ahora; entonces yo creo que el chico ya no está como... como el tener a la mano el medio de comunicación, sino que todo lo hacen por medio del internet.

FJ:... pero ahí puedes medir también cuántos lectores tienes...cuántos ingresan a tus notas...

IL: claro;...ahí es más tangible, ahí tu te metes y ves la cantidad de lectores, es cierto...

FJ:...y cuántas notas tuyas han sido las más leídas, por ejemplo...

IL: mmm, sabes que... no... yo me acuerdo que una vez saqué, entrevisté a una entrenadora, entrenadora personal para el suplemento, yo escribí la nota, esa nota tuvo 8000 lectores, ¡ocho mil!, ha sido la nota más leída de todas, la nota más leída... ajá, pero se yo, cada lector de *Extra*, cada periodista de *Extra* tiene su público cautivo... Germania, de pronto yo cuando escribía las notas, Carola... Son los estilos, los estilos, las notas que uno escribe... Yo estaba dedicada a hacer las investigaciones, tuve buenas investigaciones también...

FJ:...y qué secciones no más hay en el *Extra*?

IL: ...hay en *Extra*?...ya, a ver, *Extra* tiene *deportes*, tiene *clasificados*, tiene *sucesos*, *sucesos* que abarca todo, tiene la parte *social* que son los dramas, las ayudas, humor, farándula, y tiene el entretenimiento que son las páginas de cine y el crucigrama, el *Extragrama*...

FJ:... y cuáles son las más consumidas por los lectores, cuáles son las que tienen mayor crédito....

IL: ..., tu sabes aquí este país, este es un país futbolizado... y siempre, siempre los deportes atraen más, siempre es el fútbol, siempre que gana Barcelona, se trata de...

FJ:... va en la primera plana...

IL: ¡la primera plana! si, es que Barcelona es un ídolo y Barcelona no solamente es Guayaquil, tú que vives en Quito debes saber que hay mucha gente que sigue al Barcelona ahí en Quito, no... Entonces si hay un suceso, un caso que ha conmovido al país o a la ciudadanía, también, lógicamente son bastante leídos... Cuando, que te digo, esos buses, cuando caen los buses al abismo cargados de pasajeros... que son más de veinte...casos como el padrastro este que apuñaló a la hijastra la niña de siete años... o sea son son casos les interesa, todos... *Extra, Extra* se lee bastante, *Extra* lo leen hasta en el último rincón del país, hasta allí llega *Extra*.

FJ:...y cuál crees que es la fórmula del éxito, por qué crees que lo leen tanto, porque por lo general todo mundo les critica o dicen que si le exprimen sale sangre o te dicen que es para gente inculta...o.. siempre tienen un montón de términos que...

IL: si... no puede ser para gente inculta, empezando que aquí los que trabajamos aquí, todos somos profesionales, tenemos...muchos tenemos dos profesiones, hay otros que tienen cuarto nivel, o sea desgraciadamente se ha estigmatizado al periódico, pero no es así, ahora *Extra, Extra* no solamente es para gente de clase baja, hay estudios que dicen que *Extra* es para la clase media, ha crecido la clase de *Extra*...la clase que le gusta verse bonito, la clase que le gusta vestirse bien, que puede acceder a un buen cine, a un buen restaurante, no es solamente para la gente pobre y el éxito yo creo que es hacer las cosas con profesionalismo, con responsabilidad, amar lo que tu haces, sino de qué sirve?...mejor quédate lavando platos.. ajá...

FJ:...es decir el éxito son las historias, cómo se cuentan esas historias?...

IL: ¡si! claro, todo, todo es un conjunto no...las fotos, una buena foto con una buena historia te vende.... Si no tienes una foto, bueno haz un dibujo pero no inventes, si no toma, saca el dibujo de la narración, y siempre estar ahí en el lugar del hecho, observar; no solamente tener una sola fuente, recabar de varias fuentes, no solamente hacer caso a la policía, porque, no ... o sea eso no es hacer el periodismo... sino ir más allá no, cubrir todas las fuentes, todos los protagonistas, no protagonistas, todos los participantes de un hecho; si tu cubres todo eso tienes una buena historia...

FJ:... Extrañas crónica roja?...

IL: a veces si, a veces cuando les veo a mis compañeros, que andan... yo también quisiera meter mano, pero esta es una responsabilidad que es el *suplemento*, pero igual, si a mi me dicen que escriba yo escribo no hay problema, yo escribo y hago una nota, yo escribo, yo de escribir no me he olvidado si yo soy periodista, el hecho que hago otra cosa que no sea crónica roja, no sea sucesos, eso no me quita el mérito de seguir siendo periodista...

FJ:... y tú, en tu sección, cuál es la lógica de tu quehacer, qué no más te exige, qué es lo que haces en el *suplemento*

IL:... en el suplemento...a ver... yo trabajo con Yanela, entonces tenemos una mini reunión o nos ponemos de acuerdo, qué es lo que... o recibimos cartas de lectores que quieren, qué quieren ver en el *suplemento*, entonces nos ponemos de acuerdo, "mira Yanela, hay un lector que quiere que se entreviste a Karla Kanora, yo me encargo de eso"... estamos en temporada playera, qué le puede gustar a una gente, a las personas que van a la playa?...como tema, los bikinis de temporada, las zapatillas que se pueden usar, los sombreros, cómo te puedes cuidar la piel, cómo puedes cuidar a tus hijos del sol, todas estas cosas...e... qué más, que más te puedo decir...e... qué más quieres que te diga...

FJ:...la, haces también las partes de farándula...

IL:... Cómo?..

FJ:... también las partes de farándula?...

IL:...si, me toca, me toca me toca hacer eso...

FJ:...te gusta o no te gusta...

IL:... es que yo soy periodista y tengo que hacerlo, o sea a mi no me disgusta... lo que...de lo único de lo que yo no te podría escribir, porque no soy experta en eso, bueno yo no soy experta en muchas cosas, pero es de fútbol, de deportes...

FJ:...no te ha interesado...

IL:... no es que no me ha interesado, si no que yo he estado metida en otras cosas, entonces como yo sé deportes lo cubren ya otros compañeros... yo se que tampoco, de pronto me pueden decir, sabes que Ivonne, ganó Ecuador el mundial, ándate a las calles y cubre la celebración, chévere, cubro la celebración, pero no me digan, métete a un campo de juego y describe cómo sería una jugada, porque yo no, no lo puedo hacer, pero farándula no es como jugar fútbol, no es como escribir de fútbol. Es decir, si tienes buenos contactos, si conoces el medio, pienso que si podrías escribir de farándula, me ha tocado hacerlo, y no me ha ido mal...

FJ:...ayer oí que llamabas, anoche oí que confirmabas, qué (ojo aquí no entiendo lo que pregunta Frantz...

IL:...si, es que yo, sabes qué, uno tiene que confiar en su fuente, yo tengo una buena fuente... Esa es otra.....

FJ:.... No se entiende esta última parte

5. Entrevista Jerson Ruiz, deportes de Extra (cinta 16 y 17)

JR: Mi nombre es Jerson Ruiz, tengo 18 años en la empresa, 8 años la primera etapa y la segunda etapa 11 años. El 80 % de mi actividad es deportiva, también estuve 2 años haciendo crónica roja, dos años farándula. Pero con el deporte combino cosas que me gustan algo de farándula algo de notas extrañas, manejo la sección del migrante del periódico. El deporte es lo que más me gusta.

FJ: cuantos años funciona el periódico ya como diario extra

JR: vamos ya 37, 38 años, como Extra, si.

FJ: ¿Y tú que empezaste haciendo?

JR: no, mi entrada aquí fue. Siempre yo digo: tengo 18 años sin trabajar y estoy consciente de eso, cuando salga del extra me tocará trabajar. estar aquí fue como un accidente. Entre a estudiar periodismo a pesar que estudié químico biólogo pero no pensé que iba a dar al Extra. Tuve una pasantía de 6 meses, en el diario el Hincha, un diario deportivo del Grupo la Razón, ehheh ya hacía crucigramas. Crucigrama, sopa de letras. eeeeh la no oportunidad de tener trabajo me llevo a inventarme algo. hacía sopa de letras y un día vine aquí a Extra. un día me levanté y dije no, voy a ofrecerlas en el Extra y vine y le ofrecía a... recuerdo estaba el señor Henry Holguín, hace 18 años y Henry, yo vine y dije quiero hablar con el editor y el editor bajó. Fue así, como mágico, el editor bajó y que les prometía, les prometía sopa de letras. entonces Henry dice te tengo un espacio, me gusta eso. Recuerdo que yo vendía cada sopa de letras a 3 mil sucres. Para mí era mucha plata, era demasiada plata porque no tenía trabajo. Y un día me dijo que si quería ayudar a la sección de deportes y el dije que bueno. previo a eso, en ese tiempo vivía en Naranjal, entonces como ya estaba en adentro del periódico haciendo sopa de letras, sacábamos una vez diaria y la grande los domingos. le dije a Henry y a Paco Godoy que me den la oportunidad de hacer una columna. entonces yo

sacaba de naranjal notas de deporte una vez cada 15 días. un día vine disque a cobrar y me dijo el señor Holguín que si quiero colaborarles con deportes por 15 días y no había tenido experiencia ya adentro del periódico. Entonces vine, vine como por hoy. Soy sincero yo no sabía computación en primera año de universidad nunca había tenido computadora porque era químico biólogo y vengo hoy y al otro día estaba cubriendo la selección de argentina con Maradona Y Canilla en el complejo los Samanes año 93 y era un sueño. Al tercer día de llegar a GRANASA, sacaba dos páginas firmadas. y pasaron 15 días y el señor Holguín me dijo: señor Ruiz quiere quedarse con nosotros... Yo pensé que era una broma; una broma de mal gusto que me hacían, un trece de septiembre del 93, un viernes 13 de septiembre tres de la tarde. yo estaba en primer año de universidad y me dice ¿quieres quedarte? y le digo bueno. Esque tampoco tenía otras opciones porque no tenía trabajo. y yo creo que aprendí, tengo un record de haber aprendido a manejar computadora creo que en 5 horas fue duro pero han pasado 18 años. bastante tiempo.

Y, y lo que me ha pasado en GRANASA es increíble. Me siento feliz, le doy gracias a Dios. por eso es que digo cuando salga de GRANASA me tocará trabajar. son 18 años de vivir un sueño. te imaginas de un tipo que estaba desempleado a pasar a conocer gente importante en su momento Maradona, Canilla, Pelé; después comenzó a llegar los viajes. recuerdo que en el primer viaje, me querían mandar aquí, me fui a manta. Quedó Emelec Campeón en ese tiempo no había viajado en avión y eh en vez de venirme cubriendo el EMELEC por tierra de manta a Guayaquil me mande a cambiar en avión, me dio ilusión tenía 20 años, tenía 21 años, digo esta no hay otra me vine en avión, pero jamás pensé que esa primera experiencia en avión se iba a hacer larga, entonces... han sido muchos años son como 18 países creo que me ha permitido conocer la empresa. eh, a los principales en deportes. te puedo decir que le hecho notas de desde Carlos Muñoz, Jefferson Pérez, Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Avelange... pero no notas de rueda de prensa sino notas personales yo creo que el único que me falta es el Rey Pelé de los llamados grandes del deporte y es una experiencia increíble, para mí es una bendición de Dios trabajar porque es lo que me gusta.

FJ: Me contaban que justo cuando fue lo de la LIGA en el maracaná, que vos habías conseguido la foto del festejo que nadie tuvo.

JR: Wow! Si, fue increíble, fue increíble, aparte, Liga, Liga encierra -yo trabajo en la costa no cierto- se llamaba el Resort Sheraton, algo así, era en un isla en Ipanema, liga estaba en el piso 26. La empresa compró paquetes y yo estaba hospedado en ese mismo hotel en el piso 18.

Resulta que LIGA queda campeón del Maracaná yo me vengo en TAXI. Es el taxi más caro que yo he pagado en mi vida, me cobraron como 80 dólares del Maracaná al Sheraton. Liga, comenzó a llegar Liga, era una locura; entonces yo digo que hago aquí, cargaba una cámara de juguete así pequeñita, nada profesional, pero buena foto. eh, lo veo a Bieler con dos Copas. le digo a Bieler quiero hacerte una foto y Bieler dice encantado pero aquí no puedo hacerte porque esta mucha gente, entra... y al ir a entrar me pusieron la barrera que no podía entrar solamente era para jugadores de Liga y gente de Liga nadie más, nadie puede hacer nada, hermano pasa un mesero y el tipo pensaba que yo estaba con la Liga, dice donde lo pongo y le digo no lo ponga, tranquilo yo lo llevo, no dice no, yo lo llevo, no le digo yo lo llevo, cuando lleve una bandeja y estuve adentro en la sala y en eso empiezan a entrar los jugadores y yo quietito ahí, en eso me dicen hermano, nos habíamos hecho amigos 5 horas antes creo, me dice ven par que festejes con nosotros, le dije no estoy aquí no me puedo mover, estaba yo entre una

maceta y donde servían la comida, yo no quería que me vean los dirigentes porque me botaban pero el joven no sabía que no podía estar, después viene Pancho Cevallos y me dice Jerson ven, le digo no puedo oye, lo que tú me vas a ayudar es lo siguiente anda a las copas, párate ahí y te tomo fotos, comencé a tomar fotos, después yo me olvide que no podía estar ahí, recuerdo que estaba abrazado orando con los jugadores, gracias a Dios, a parte en un rato comencé a tomar fotos salieron unas fotos increíbles, de la gente llorando, uno arrodillado, dando gracias a Dios y fue la única foto, creo que fue la única foto que se hizo de prensa, fue increíble, al último abraza a Esteban paz y para que ocultar la cámara, después mande historia tras historia, fue increíble, fue fabuloso. Le digo a Pancho ayúdame, tenía miedo de que me traten mal porque no debía estar ahí, le digo a Pancho tómame fotos y luego Edison tómame un par de fotos y ellos tomaban fotos, era la euforia, todo fue, eso fue el 2 de diciembre del 2009, pero al final el premio que tenía como 40 fotos que nadie las tenía, era increíble.

FJ: Y al final que es lo que pesa, cuál es la diferencia entre el periodista que sabe las fotos que tienen que hacerse para un periódico y que las tome Francisco Cevallos

JR: Porque yo le dije Pancho tómame así, les pedí de favor tómalame así, basando la copa, entonces los muchachos le hacían caso pensando que era para él, teniendo la copa, hay otra que esta con el plato y la medalla, pero eso fue unos 30 o 40 minutos, después ya estuve adentro, fui orando y me invitaron al último a comer, ya era tarde para que me boten, fue increíble.

FJ: Y vos de que equipo eres

JR: Equipos no, sabes que, la gente que lee sabe que yo la hago fácil, yo me embarco en el equipo que gane hoy día puedo escribirte maravillas de vida porque Liga está arriba, mañana puedo empujar por el Emelec, puedo hacer lo mismo por el Barcelona, no me hago problema y la gente que lee sabe que no le estoy mintiendo, pero porque yo tenía 14 años y salí de un equipo que se llamaba Filanbanco, muchos ya no se acuerdan, Filanbanco es un equipo que traía buenos jugadores, yo comenzaba a ir al Estadio de Filanbanco, porque cuando jugaba Filanbanco, tanto en Guayaquil como en milagros, Filanbanco te regalaba camisetas, te regalaba banderines, el que iba a apoyar a Filanbanco, siempre venía con algo y resulta que Filanbanco desapareció y no hay un equipo que diga este es mi equipo, me emociono sí con las selecciones juveniles, lloro grito, todo, me emociono, pero no es que así sea aferrado, eso sí, yo he prometido no ponerme camisetas de Emelec, ni de Barcelona para que no me digan es del Barcelona o Emelec, de ahí todas las camisetas me las pongo, por mi no hay ningún problema.

FJ: Qué tipo de gente crees que lee el "Extra"

JR: En deportes te pudo decir, lo lee desde el portero de Barcelona hasta el señor Esteban Paz o Rodrigo Paz, lo lee desde Luis Chiriboga hasta el señor que infla los balones en el monumental, creo que es un tabú de quien lo lea, de que somos un periódico popular lo somos, lo somos, no hay como negarlo, vas a la calle y lo tiene el betunero, lo tiene el tendero, pero también vez un tipo en una Hummer y el tipo de la Hummer va llevando una de "Extra".

Tengo una experiencia unos accionistas del Hotel Guayaquil creo que es el hotel más grande, era dirigente deportivo, y una vez me mandaron a hacerle una entrevista y él me dijo sabes que yo no compro el "Extra" pero si lo veo, y yo le dije porque no compra el "Extra" y me dijo no compro el "Extra" porque no lo compro, lo compra mi chofer pero es plata mía, es chistoso no cierto por ejemplo el doctor Alberto Aguirre que es uno de los tipos digamos de clase alta, amanece a comprar el periódico, eso de que solo la lee

gente de estrato bajo creo que no, todo el mundo lo lee, que digan que no, que lo compra el chofer, que lo compra la empleada es otra cosa, pero todo el mundo lo lee.

FJ: Tú conoces bastante a los lectores, podrías decir que conoces lo que quieren los lectores

JR: Si cuando andas en bus, en la playa, cuando andas comprando en el mercado o cuando estás en una reunión y no dices para quien trabajas y uno comienza a conversar, entonces ellos te dicen que le gusta, que quieren, que no les gusta, que les desagrada, entiendes, y lo más lindo es hablar con el canillita, el canillita es un tipo que sabe todo, que sabe lo que vende, lo que no vende, lo que les agrada, lo que les desagrada, a veces no les dan tanta importancia, pero son como decirte unos sabios del periodismo.

FJ: Tú has cubierto crónica roja.

JR: Si

FJ: Qué tal te ha parecido eso.

JR: La crónica roja es donde le pones más adrenalina, el miedo, es el miedo, antes que yo publicara crónica roja yo le tenía miedo al cuerpo, al cadáver, entonces yo me acuerdo que la primera nota que fui a hacer yo veía el cuerpo así de lejos, pero así de lejos no sino con la mirada perdida, en otra parte, como que veía el cuerpo y no veía, me entiendes, yo digo esto está mal un día un señor fue que le dieron 8 tiros, como 8 tiros, en ese tiempo a nosotros no se dejaban entrar hasta la mesa que le dicen de la morgue y me dice el fotógrafo, oye Jerson ya tienes todos los datos, si, si tengo, le digo y le digo son 8 tiros y me dice son 8 tiros estás seguro, todavía no estaba el informe del médico forense y me dice hermano como sabes que son 8, de ahí perdí el miedo y tuve que ver el cuerpo y contar pues cuantas laceraciones habían y resulta que no habían 8, habían como 12 o 13, son 8 tiros me dijeron, no, entonces ahí me dijeron tiene que saber leer los disparos, los disparos pueden ser 2 huecos, entonces perdí el miedo, estuve 2 años y después extrañaba hacer la crónica roja.

FJ: Por qué

JR: Porque es el día a día, en crónica roja nada está escrito, no es como hablar de economía, en economía es: mañana entrevista al ministro de finanzas, pasado mañana el Vice Ministro, el otro día a un personaje, me entiendes, de aquí a otro día a un empresario, en cambio en crónica roja no sabes a dónde vas mañana, mañana puedes ir a "Bastión" o mañana puedes ir a la vía "San Borondón", mañana puedes encontrarte con unos familiares que les da vergüenza decir que era Luis, su hijo, porque recibió 5 tiros por robar, o después puede venirte una historia que diga que era una bala perdida, un periodista de crónica roja se levanta y no sabe que va a hacer, con que le viene el día, un periodista de crónica roja, un día me vino con un amigo de un familiar que se había muerto, yo lo vi ahí, waw, para mi crónica roja es mucha adrenalina tienes que tener los nervios bien templados, sino no la puedes hacer.

FJ: Alguna vez te ha pasado, cuando cubriste eso estabas revisando aquí para la edición y encontraste algún conocido

JR: Hace 10 años, salió una portada de un tipo que lo apuñalaron y no se sabía quién era, entonces al otro día me llama un periodista que es mi amigo, Jerson, si le digo, te enteraste, que, a Vinicio lo mataron, le digo no te creo, dice mira tu periódico, mira la portada, yo veo y era la fisionomía del muerto y era un gran amigo, empresario de ropa deportiva, ese día yo creo que se me salieron las lagrimas, porque donde yo trabajo sabíamos que estaba el tipo muerto, pero no sabíamos quién era, y al otro día yo lo veía en la portada y me quedaba así, impresionado, y el Señor Donoso, con el yo hablaba cada 15 días, cada 20 días, me decía pero si lo viste, salió en tu periódico, triste, y antes

no lo cubrí, porque te imaginas si yo hubiera cubierto esa nota, esa fue una de las cosas más allegadas que ha estado, que me ha tocado vivir aquí, en la empresa.

FJ: Y es verdad que la gente compra el periódico solo por la crónica roja

JR: No te creas mira la gente dice eso, cuando hay un periódico exitoso, es malo que yo lo diga pero el Extra es el diario de los últimos 30 años, el medio impreso más destacado, el más destacado en ventas de los últimos 30 años, no hay un diario que haya venido y como dicen popularmente la rompió, no hay, fíjate desde 30 años quien comenzó a vender, entonces se inventan historias pero el "Extra" no es solo muertos, hay deportes, farándula, horóscopo, mucha gente lo compra por el horóscopo. Hay mucha actividad.

El programa es ahora de un compañero que se llama Víctor Torres, ahora él vive en Cuenca, ante él es ecuatoriano, es un genio.

FJ: Y por qué crees que se vende tanto, por qué tiene ese éxito.

JR: Mira es un fenómeno, tengo tantos años aquí que a veces no entiendo el fenómeno, pero es una marca, un día me encontré con un taxista y compró el "Extra", yo me hice el desentendido y le dije por qué compra el "Extra", dice es que tengo que llevarle a mi mujer para entrarla bien, para entrar a la casa bien, le digo pero, no dice es que es una costumbre, es una costumbre, que se identifica con el taxista, con la ama de casa, con todos, es un diario que le da al lector lo que el lector quiere leer, con el respeto que se tiene a la sección de economía, a la sección de sociales, a muchas secciones, respetando eso, pero hay muchos lectores que les importa un comino eso y nosotros no tenemos unas 3-4 páginas de economía, pero les mostramos la economía triste, de que por qué roban, por qué matan, de que por qué salió a vender y lo atropelló el bus, es otra clase de economía, la economía real, la economía de los que no entienden economía, y les damos eso, les damos deportes, les damos farándula, le damos rojo, pero si ven el "Extra" de los últimos 5 años, crónica roja es apenas 5 páginas, 5 de 28, de 32, a veces nosotros hacemos 9 páginas de deportes, contra 3 o 4 de crónica roja, está la diferencia, o les damos 9 de deportes, 3 de crónica roja.

FJ: Y qué crees tú que por ejemplo en Quito, si vos pasas el segundo sin arroz, te arman relajo, qué crees que no le puede faltar al "Extra"

JR: No te me vas a reír, si un día no le pones horóscopo, la gente llama a insultarte, te llama a insultar, por qué no pusieron el horóscopo, una vez nos fuimos sin Extra grama, le quitamos la diversión, esto era un problema aquí, hubo sancionados porque a alguien se le olvidó poner el Extra grama, pero nunca nadie llamó, oiga no tienen el muerto que pasó en Cuenca, nadie, pero olvídate, la gente te llama, por el horóscopo, por el Extra grama, porque no sale el verdugo, que se nos escape un escándalo deportivo, estamos fritos ahí.

FJ: Te sancionan

JR: Claro

FJ: Y si falta el Lunes Sexy

JR: No, el Lunes Sexy es una marca aparte, eso no puede faltar, porque se ha hecho costumbre de que el Lunes tiene que ir el Lunes Sexy y lo piden, lo pide el lector, llaman o le dicen al canillita, usted que vende el periódico, porque no trajo con las chicas o por qué no viene esto con el horóscopo, o porque se comieron la noticia más importante del deporte, entonces esa noticia va rotando, el canillita le dice al distribuidor, el distribuidor al sub, te imaginas esa noticia como llega hasta acá, llega editaba, re editada, aumentada todo.

FJ: Y después quien llama a decir: por qué no sacaron esto

JR: El lector llama, tienen la paciencia

FJ: Y después llaman los jefes

JR: Si los jefes y se arma el problema, el "Extra es un fenómeno, el "Extra" son que: 28 a 32 páginas, que la gente lee, contra 70-60 páginas de la competencia, en deportes estamos en desventaja, pero en la aceptación, número 1.

FJ: Ahora he visto que hay mucha competencia, por qué programas de crónica roja, hay en todos los medios, todos los canales tienen crónica roja, qué crees que pase con eso.

JR: Se dieron cuenta que la crónica roja vende, antes éramos nosotros solitos en crónica roja, solitos, de ahí vinieron otros y la copiaron pero no pasó nada, entonces la televisión ahora es crónica roja y la he ido bien, tan bien que en la mañana nosotros tenemos nuestra pelea en crónica roja, pero llegará un momento que va a saturar crónica roja en televisión si es que no está saturada, entonces ahí va a venir lo que te dije antes, el "Extra" no es un diario de crónica roja, a veces creo que es más deportiva, tener 9 páginas de deportes, contra 3 de crónica roja, la matemática no te miente, o cuando estábamos en el mundial, la novelería de Liga de Quito o cuando estamos en la Copa América, nosotros le damos de deportes desde la 2 a la páginas 16 y de crónica roja 2-3 páginas, o sea quién diga que el "Extra" es crónica roja o es un diario de crónica roja es porque no lo ha leído, a veces creo que somos más deportivos que crónica roja.

FJ: En la portada a veces se resalta primero, retratos de muertos o retratos de violación o de asalto, por qué tienen que iniciar con eso en la portada.

JR: no te olvides que somos un diario sensacionalista y debemos atraer al lector, decirle sabes qué, esto tenemos para hoy día, mira esto pasó, entonces la gente se va por lo que llama la atención, quién perdió la vida, pero de los 7 días de la semana, la mayoría de días puede ir crónica roja, pero la mayoría de días no va crónica roja, puede ir deportes, humor, que va farándula, no es obligación de ley tener la crónica roja ahí, porque hay días que no pasa nada.

FJ: Claro esta semana yo no he encontrado mucho en los días que he tenido, pero digamos vos crees que si se llega a prohibir la crónica roja, como hay esta pregunta, en la consulta, prohibir la violencia, vos crees que se vaya abajo el "Extra".

JR: No, lo sé, lo sé, porque ya pasó, cuando nos cerraron la morgue, dijeron que el "Extra" se venía abajo en la crónica roja, no pasó nada, lo único que pasó es nos tocó. Cranear qué le pongo al lector, antes les dábamos el muerto en la bandeja como se dice, un momento que se nos prohibió cerraron todas las morgues del país que dimos, les dimos el drama humano, les dimos obra social. Hay gente mira, hay gente que critica mucho el diario, pero para mucha gente somos lo máximo, el único diario que hace reencuentros de familiares, de personas que no se veían 40 años, 50 años, si me entiendes, no creo que tampoco se pueda tapar lo que está todos los días en la crónica roja, habrá una forma de cubrir o habrá una forma de que nos prohíban, pero siempre va a haber noticias, siempre y el "Extra" es una marca, el "Extra" es una marca, date cuenta en alguna esquina, que hay gente y viene y te dice así: Dame el "Extra", el "Extra" o la "Extra", pero no es que viene y primero dice: Haber este, este, no tiene crónica roja, no me la dé, dice: Dame el "Extra".

FJ: Algo van a encontrar

JR: Claro algo o como dice la gente en el barrio, que trae la Extra, hay, algo novelero te va a trae, puede ser música, puede ser noticias medias extrañas, puede ser un buen reportaje, una buena foto, pero algo va a haber en el "Extra"

FJ: Y cuál es la importancia de las fotos o de las ilustraciones, de las imágenes del "Extra", cuál es la importancia, que tiene que tener una foto del "Extra" para que sea del Extra.

JR: Impactante, debe sr impactante y fuera de, como te digo o que no lo tenga otro medio, por ejemplo en deportes tengo una sección que se llama "En carne ajena", una burla de "En carne propia", y son fotos que no se van a ver en ningún otro periódico, son las fotos más locas, las fotos más desubicadas, a veces, los jugadores jugándose, haciéndose bromas, entonces tratamos de darle al lector, lo que no ve, no en otro medio, sino lo que no puede ver en la televisión en cuestión gráfica, en deportes manejamos mucho, mucho, mucho gráfico con morbo, con sátira, porque la gente puede ver una foto, dos fotos, pero el humor se le va a quedar ahí.