



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

---

**Trabajo de Graduación previa a la obtención de Título de Licenciado en  
Comunicación Social**

**AUTOR:**

**Emily Alejandra Agama Vargas**

**TUTOR:**

**Lic. Mg. Alejandro Martínez**

**Ambato – Ecuador**

**2016**

**TEMA:**

---

**“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

---

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación del tema: **“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, de Srta. Emily Alejandra Agama Vargas, egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

**Ambato, 01 de noviembre de 2016**



.....

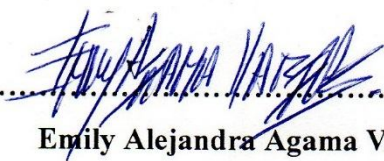
Lic. Mg. Alejandro Martínez

**TUTOR**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de la autora.

**Ambato, 01 de noviembre 2016**



.....

**Emily Alejandra Agama Vargas**

**AUTORA**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de ésta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

**Ambato, 01 de noviembre 2016**

  
.....  
**Emily Alejandra Agama Vargas**

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado aprueban el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, presentado por la Srta. Emily Alejandra Agama Vargas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

**Ambato, ..... de .... del 2016**

Para constancia firman

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

## **DEDICATORIA**

Dedico mi esfuerzo y trabajo a Dios quien supo guiarme, quien me dio fuerzas para encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, como otras. A mi madre adorada que me ha acompañado en mi continua educación personal y profesional, a ella por ser mí principal apoyo incondicional en los caminos siempre emprendidos; y a mi padre, que a pesar de la distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí, sé que desde el cielo me cuidas.

Emily Alejandra

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer es un gesto infinito el cual lo decimos a aquellas personas que nos han apoyado en todo momento, el todopoderoso Dios, mi madre y a todos mis profesores que impartieron su cátedra a lo largo de mi vida como estudiante, que aún no culmina.

Esto recién comienza.

Emily Alejandra



## ÍNDICE GENERAL

<b>A. PÁGINAS PRELIMINARES</b>	<b>Página</b>
PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE CUADROS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv

## **B. TEXTO**

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

### **CAPITULO I**

#### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
CONTEXTUALIZACIÓN: .....	3
MACRO .....	3
MESO.....	5
MICRO.....	6
ÁRBOL DE PROBLEMAS DEL ANÁLISIS CRÍTICO.....	7
ANÁLISIS CRÍTICO .....	8
PROGNOSIS.....	9
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
PREGUNTAS DIRECTRICES.....	9
DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.....	10

DELIMITACIÓN DE CONTENIDOS.....	10
DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	10
DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	10
UNIDADES DE OBSERVACIÓN .....	10
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVOS.....	12
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	12

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	13
FUNDAMENTACIONES .....	14
FILOSÓFICA.....	14
FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....	15
FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.....	16
FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA.....	17
FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	17
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	20
CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	21
CONCEPTUALIZACIÓN.....	22
VARIABLE INDEPENDIENTE .....	22
RUEDA DE ATRIBUTOS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	59
VARIABLE DEPENDIENTE.....	60
HIPÓTESIS .....	80

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	81
NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN .....	82
INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA .....	82

INVESTIGACIÓN EXPLORATIVA .....	83
POBLACIÓN Y MUESTRA .....	83
POBLACIÓN: .....	83
MUESTRA: .....	83
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	86
PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	86
VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	97

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES .....	98
RECOMENDACIONES .....	99

## **CAPITULO VI**

### **LA PROPUESTA**

DATOS INFORMATIVOS .....	100
ANTECEDENTES .....	100
JUSTIFICACIÓN .....	101
OBJETIVOS .....	102
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	102
MODELO OPERATIVO .....	109
PLAN DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA .....	110

## **C. MATERIAL DE REFERENCIA**

BIBLIOGRAFÍA .....	111
ANEXOS .....	
PAPER .....	

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de Problemas.....	7
Gráfico N° 2: Categorías Fundamentales.....	20
Gráfico N° 3: Rueda de Atributos de la Variable Independiente.....	21
Gráfico N° 4: Rueda de Atributos de la Variable Dependiente.....	59
Gráfico N° 5: Interpretación de Resultados-Identificación.....	88
Gráfico N° 6: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios.....	89
Gráfico N° 7: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios 2.....	90
Gráfico N° 8: Interpretación de Resultados-Representatividad.....	91
Gráfico N° 9: Interpretación de Resultados-Comunicación Externa.....	92
Gráfico N° 10: Interpretación de Resultados-Publicidad.....	93
Gráfico N° 11: Interpretación de Resultados-Tipo de Publicación.....	94
Gráfico N° 12: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	94
Gráfico N° 13: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	95
Gráfico N° 14: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	96

## ÍNDICE CUADROS

Cuadro N° 1 Recolección de la información .....	83
Cuadro N° 2 Variable Independiente: El fotoperiodismo .....	84
Cuadro N° 3 Variable Dependiente: Medios de Comunicación Impresos.....	85
Cuadro N° 4 Preguntas básicas para recolección de datos.....	86
Cuadro N° 5: Interpretación de Resultados-Identificación .....	88
Cuadro N° 6: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios .....	89
Cuadro N° 7: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios 2 .....	90
Cuadro N° 8: Interpretación de Resultados-Representatividad .....	90
Cuadro N° 9: Interpretación de Resultados-Comunicación Externa .....	91
Cuadro N° 10: Interpretación de Resultados-Publicidad .....	92
Cuadro N° 11: Interpretación de Resultados-Tipo de Publicación.....	93
Cuadro N° 12: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	94
Cuadro N° 13: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	95
Cuadro N° 14: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación.....	96
Cuadro N° 15: Modelo operativo.....	109
Cuadro N° 16: Plan de evaluación de la propuesta.....	110

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio investigativo tomó como referencia la práctica del fotoperiodismo como elemento fundamental para establecer el grado de desvalorización de los acontecimientos visuales que existe en los medios impresos de la ciudad de Ambato y la manera en como intervienen para el fortalecimiento de la impresión con la verdad ante la comunidad.

Los objetivos fueron básicamente: Determinar cómo influyen los contenidos de la prensa escrita en la creación de debates en torno a la imagen tomada; analizar el grado de aceptación de los contenidos de la prensa escrita local en la audiencia ambateña; diagnosticar la práctica empírica en los profesionales y aficionados de los medios impresos de la ciudad y diseñar una alternativa de solución al problema formulado. Para ello se conceptualizó al fotoperiodismo, sus formas de interacción y niveles de aprendizaje en el tema.

La metodología se basó en un enfoque: cualitativo-cuantitativo, con modalidades de investigación de campo y bibliográfica. Concluido el estudio se estableció la falta de contenido en el área visual de los medios escrito y la casi nula praxis que esto con lleva dentro de los profesionales de los medios de comunicación impresos; se analizó la importancia del manejo de contenidos semióticos para la construcción del contexto del hecho para que esto genere interés dentro de los ambateños.

### **Palabras Claves:**

Fotoperiodismo, Medios Impresos De La Ciudad De Ambato, Fotografía, Comunicación, Realidad, Imagen, Análisis Visual, Contenidos Semióticos, estética.

## ABSTRACT

This research study made reference to the practice of photojournalism as a fundamental element to establish the degree of impairment of visual events that exists in the print media in the city of Ambato and the way in which involved strengthening the impression with the truth to the community.

The goals were basically: Determine how to influence the contents written on the creation of debates around the image taken press; analyze the degree of acceptance of the contents of the local press in Ambato hearing; diagnose empirical practice in professional and amateur print media city and design an alternative solution to the problem formulated. For it was conceptualized to photojournalism, forms of interaction and learning levels in the subject.

The methodology was based on a mixed approach: qualitative and quantitative, with modalities of field research and literature. The study concluded the lack of content was established in the visual area of the media written and almost no practices this with leading professionals in the print media; the importance of managing content for the construction semiotic context of the fact that this was analyzed to generate interest within the ambateños.

Keywords:

Photojournalism, Print Media of Ambato City, Photography, Communication, Reality, Image, Visual Analysis, Content semiotic, aesthetic.

## **INTRODUCCIÓN**

El trabajo de investigación es desarrollado con el fin de identificar la influencia que tiene el fotoperiodismo en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato, para establecer un sistema coordinador, cuya finalidad es la armonización de los intereses institucionales con los de sus públicos internos y externos, y de esta manera facilitar la consecución de sus objetivos.

### **CAPITULO I**

La investigación se encuentra sustentada en la identificación de un problema, el mismo que establece las variables con las cuales se va a complejizar el tema “El fotoperiodismo y los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato”.

### **CAPITULO II**

Tomando como referencia investigaciones previas que servirán de soporte para la investigación se adopta un enfoque filosófico, fundamentando legalmente nuestro argumento, ampliando la conceptualización de las categorías relacionadas.

### **CAPITULO III**

Se establece el modelo y proceso metodológico de la investigación, se delimitan las características del grupo de estudio. Con la operacionalización de variables se selecciona la conceptualización, dimensiones, Indicadores, ítems, Técnicas e Instrumentos, además Plan que se empleará para recoger información y el



procedimiento para el análisis de la información.

#### CAPÍTULO IV

Se presentan los resultados que se obtienen a partir de la aplicación de los instrumentos de la investigación, con relación al porcentaje obtenido, cuantitativamente. Además, se interpretan los resultados de cada pregunta, con relación al aspecto cualitativo.

#### CAPÍTULO V

Se concluye el trabajo de acuerdo a los objetivos específicos y a las conclusiones se recomienda que se debe realizar según los resultados de la investigación.

#### CAPÍTULO VI

Se plantea una alternativa de la solución al problema, se plantea el Taller de Fotoperiodismo para Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato, el mismo que permitirá fortalecer su aprendizaje en esta temática.

#### LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación Social.

Fotoperiodismo

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **TEMA DE INVESTIGACIÓN**

El fotoperiodismo y los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **CONTEXTUALIZACIÓN:**

##### **MACRO**

Desde la llegada de los primeros aparatos fotográficos al país, no se ha encontrado un registro evidente de lo que es la invención fotográfica, salvo los avisos de los periódicos de la época que anunciaban precios económicos, era limitado el acceso a esta tecnología por los escasos recursos de las personas.

La falta de conocimientos sobre la fotografía era indiscutible, a inicios del siglo XIX era exclusiva de contados fotógrafos. Las evidencias históricas indican que la fotografía llega al Ecuador en 1840 de la mano de viajeros que captaron diferentes episodios del entorno de la época. Cabe mencionar que en los medios de

comunicación escrita de la época no incluían fotografías en sus páginas, ya que no existía el ejercicio de reportero en prensa.

“Debemos mucho a la fotografía la que actúa sobre nuestros procesos conscientes e inconscientes que guarda fragmentos de lo que conocemos y experimentamos de acuerdo a nuestra realidad”. Vilches, (1993).

Por lo tanto, el fotoperiodismo asegura que es un hecho sensible, además que, al leer una fotografía publicada en la prensa escrita, se intercalan con respecto a la impresión de la verdad.

Existen registros acerca de la fotografía ecuatoriana del siglo XIX, se ubica como la primera fotografía de fotoperiodismo, a la de Gabriel García Moreno, víctima de un atentado que acabó con su vida y fue sin duda alguna la noticia más importante de la época. La única razón por la que no se puede dar el crédito en su totalidad es porque los periódicos del Ecuador de ese tiempo no contaban con la tecnología suficiente para su publicación y reconocimiento a nivel internacional.

“A mitad del siglo XIX, se le relacionó al arte con la fotografía para resaltar la abstracción de los nuevos conocimientos obtenidos. Todo esto sirvió para unir dos temáticas que lograran obtener acontecimiento acorde a la realidad”. Barraqueta, (2012).

Es decir, la fotografía y el arte, hace referencia a un concepto de discurso, tomando en cuenta la importancia del contexto del hecho, ahí el valor de conseguir una perfecta realización al tomar una fotografía.

## MESO

Desde el año 2009 la Regional Tres que comprenden las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza y Tungurahua del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), ubicada en la ciudad de Riobamba, realiza programas que se desarrollan en la Casa de la Cultura Núcleo de Chimborazo, las mismas están llenas de anécdotas, historias, lugares desconocidos e imágenes, que por medio de la fotografía llevan al espectador a valorar el patrimonio central del Ecuador.

“La imagen es una forma vacía y necesita de la competencia interpretativa de un observador, porque más allá de las relaciones generales que establece, se necesita que la imagen sea llenada de contenidos, experiencias, relaciones geométricas, parentales, etc.”. Vilches, (1992).

Por lo tanto, la imagen da forma cuando se configura diferentes elementos para que esta sea interpretada, según, lo que aprecie el espectador cuando analiza la fotografía plasmada en una realidad, solo ahí llega a la creación de un buen contenido visual.

En la provincia de Tungurahua las personas que se dedican a esta labor, aspiran retratar de las provincias de la Sierra Centro imágenes que conjugue con la noticia, para que los editores de fotografía de los medios impresos, seleccionen la mejor imagen para calificarla como portada del periódico a editarse.

“El fotoperiodismo es más amplio y versátil, el fotógrafo debe estar muy bien ligado al medio impreso en el que labora y saber las necesidades del mismo, para que los resultados de las imágenes sean evidentes”. Mraz, (1999).

Se manifiesta que el Fotoperiodismo es más extenso y cambiante, que la persona que se dedica a esta labor debe estar sujeta ante las diferentes circunstancias del entorno,

a diferencia que un fotógrafo debe estar inmerso al medio de comunicación en el que presta sus servicios, para que la fotografía sea una escena de autenticidad.

## **MICRO**

Acerca del tema fotográfico Chacón, (2011). Manifiesta que la fotografía ambateña del siglo XX es observada a través del lente de dos prolíficos fotógrafos: uno aficionado y otro profesional: Dr. Gonzalo Grijalva y Sr. José Paredes. Ilustres ambateños que dieron realce a las imágenes de la ciudad y que hoy por hoy constituyen íconos de la memoria visual de Ambato.

El amor al arte de la fotografía hizo que los retratos hablaran de un cambio de época a través de una cámara, pero a la vez una distinción de resultados que se presentaron a su debido tiempo como lo son las crónicas de una ciudad histórica en la literatura.

“El mejor fotoperiodismo combina entre lo expresivo y lo informativo para formar una imagen que proporcione información acerca de un acontecimiento con una referencia más amplia sobre la nota periodística”. Lizarazo, (2008).

Precisamente, todo hecho periodístico debe proporcionar al espectador un informe más evidente de una realidad que vaya más allá de lo que esté analizando en la fotografía, para facilitar la interpretación de una noticia de una manera más explícita.

### ÁRBOL DE PROBLEMAS DEL ANÁLISIS CRÍTICO



**Gráfico N° 1: Árbol de Problemas**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Investigación Propia**

## ANÁLISIS CRÍTICO

Los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato han venido desvalorizando los acontecimientos visuales mediante la publicación de sus noticias, y no enfrentan los desafíos que nos muestran los conocimientos del fotoperiodismo, sería importante que los profesionales traten de generar debate en torno a la imagen tomada.

Uno de los problemas que también nos aqueja son los programas de edición de fotografías los que nos llevan a no relacionar con la información de la noticia, aquí no nos referimos al otro tipo de alteraciones como el tamaño y el encuadre, sino a la que los medios desarrollan mayormente la manipulación digital y el espectador distorsiona la realidad y la visión de los acontecimientos mediante una ficción fotográfica, esto siempre y cuando sea un montaje de la imagen.

Además, los conocimientos prácticos profesionales en el fotoperiodismo ayudan a que las personas encargadas de esta labor no improvisen al momento de elaborar una foto de calidad, así se involucra más en la síntesis y las metodologías existentes en las que se debe dedicar más atención, para que se relacione el desarrollo cognoscitivo y llegar al aprendizaje sobre el fotoperiodismo.

Cuando una persona es fanática al trabajo fotográfico en la prensa escrita, esto le lleva a la pérdida de sensibilidad ante los hechos observados, ya que requieren de un mayor trabajo simbólico y crear así una programación para la lectura, como también para un mejor análisis visual.

## **PROGNOSIS**

Si en la Ciudad de Ambato, la fotografía sigue siendo una práctica empírica en los medios de comunicación impresos, las instituciones informativas no tendrán credibilidad de los hechos anunciados en sus noticias.

Además, se manifiesta que la información va más allá de todo lo que contiene una noticia, no se da importancia a las imágenes las cuales deben estar matizadas para que los lectores rompan la barrera del desinterés de la nota, sabemos que lo principal de una noticia de prensa escrita, es la fotografía que es la esencia para llamar la atención al público lector.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide la práctica del Fotoperiodismo en los Medios de Comunicación Impresos de la Ciudad de Ambato?

## **PREGUNTAS DIRECTRICES**

¿Cómo diagnosticar la incidencia de la práctica foto periodística por parte del personal de la prensa escrita de la ciudad de Ambato?

¿Cómo evaluamos los conocimientos prácticos y teóricos en los profesionales de fotoperiodismo de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato?

¿Existe una propuesta que permita generar un fotoperiodismo de calidad y excelencia en el campo visual en los medios impresos de la ciudad de Ambato?



## **DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN**

### **DELIMITACIÓN DE CONTENIDOS**

**CAMPO:** Sociología

**ÁREA:** Comunicación Social

**ASPECTO:** Fotoperiodismo

### **DELIMITACIÓN ESPACIAL**

Esta investigación se lo realizó en los medios impresos de la ciudad de Ambato.

### **DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La duración de la investigación fue estudiada desde octubre 2015–marzo 2016.

### **UNIDADES DE OBSERVACIÓN**

Medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.

- La Hora
- El Heraldito
- El Ambateño

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo de investigación tiene como interés despertar la emoción en el valor simbólico de la imagen fotográfica, el contenido, el qué y el porqué de la información, para que sirva como testimonio real de la noticia que se ha redactado.

El ideal es trabajar sobre la problemática que presentan los medios impresos ante el valor fotográfico que se va desarrollando en el accionar periodístico.

Es importante contribuir en el desarrollo del proceso con su respectivo análisis para sustentar y fortalecer las experiencias a base de conocimientos de los profesionales en fotoperiodismo, proporcionándole un giro positivo en el campo visual, apoyado

del valor ideológico que permita obtener cambios de percepción y se desarrolle el valor formal del contraste de la fotografía.

“El fotoperiodismo es un recurso dentro de la producción periodística que ayuda a romper la monotonía del texto y permite convencer al lector de lo que está leyendo puesto que la imagen complementa la nota”. Baeza, (2001).

Es decir, el fotoperiodismo es una opción donde emplea elementos importantes como la técnica, ayudando a romper la rutina repetitiva a través de imágenes en el texto, persuadiendo en forma objetiva y veraz al lector ante una nota periodística.

El tema del trabajo investigativo ha sido seleccionado como motivo para que trascienda la experiencia física a través de un orden de conocimientos prácticos siendo beneficiados los medios impresos, y la temática de fotoperiodismo se amplió en el campo de la idea y de la imaginación de lo que percibe el espectador.

Los beneficios pueden ser a mediano y largo plazo, garantizando la potencialización de los conocimientos acerca de la temática antes mencionada, para que, exista un mejor lenguaje de la visión de la imagen, y se pueda leer la noticia con tan solo ver la fotografía.

La aplicación de este trabajo de investigación es factible, porque se cuenta con los recursos humanos, bibliográficos, documentales y económicos los cuales permitirán impulsar a esta innovadora y transformadora temática aún novedosa en la implementación social, con expectativas del perfeccionamiento para un futuro inmediato, además de que los medios impresos de la ciudad de Ambato desistan de repercutir directamente en la parte sensitiva de una fotografía.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Investigar la práctica del Fotoperiodismo en los Medios de Comunicación Impresos de la Ciudad de Ambato.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Diagnosticar la incidencia de la práctica foto periodística del personal de la prensa escrita de la ciudad de Ambato.
- Evaluar los conocimientos prácticos y teóricos en los profesionales de fotoperiodismo de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.
- Analizar de qué manera se maneja la práctica del fotoperiodismo en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

La temática desarrollada en la presente investigación tiene nivel teórico profesional, que serán únicamente utilizados como sustento bibliográfico.

En la biblioteca FLACSO Ecuador reposa el trabajo investigativo que conciernen a la temática desarrollada; este antecedente inicia en el año 2012 con el artículo de Barraqueta Molina, Patricio quien investigo el tema “Orígenes del fotoperiodismo en el Ecuador”, manifiesta que los aspectos a analizar son relativos a la materia, ya que la mayor parte de estudios de la fotografía se han hecho hacia la forma artística o la del autor como también de la perspectiva de la semiótica de la imagen.

“Una actividad artística e informativa de crónica social e histórica” Según Vilches, Lorenzo citado por castellanos (2004)

Es decir que el fotoperiodismo tiene fuerza de objetividad, sirve como complemento de fuente fidedigna y transparente de un acontecimiento, es una impresión y expresión de una verdad.

La fotografía también puede provocar un impacto social, ya que esta puede relatar experiencias y acontecimientos sin usar palabras.

Así también en la UDLA descansa el trabajo de titulación de Bertha Molina, “Diseño de un libro, fotográfico e infográfico, y de un sitio Web con información histórica y arquitectónica de iglesias del Centro Histórico de Quito para promover sus atractivos turísticos y culturales”.

Este tuvo como resultado un estudio para interés público, con libros fotográficos y que estos sean utilizados como soporte y como elementos de información para entender de mejor manera un tema en particular.

“Documentar una historia, la historia de los hombres, las imágenes promocionar emociones” Marco Antonio Cruz citado en Manual de Fotoperiodismo (2004).

## **FUNDAMENTACIONES**

### **FILOSÓFICA**

El paradigma de la presente investigación es crítico-propositivo como una alternativa para la investigación social que se fundamenta en el cambio de esquemas sociales en cuanto al fotoperiodismo.

Es crítico porque cuestiona los esquemas sociales que son causantes de la problemática presentada en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato y es propositivo por la relación intrínseca entre sujeto y objeto demostrando una flexibilidad, amplitud en fundamentar criterios reales sobre la investigación, además nos permite formular una propuesta al problema en cuestión.

Esta investigación está comprometida en buscar la esencia de los mismos, la interrelación e interacción de la dinámica de las contradicciones que genera cambios profundos.

El paradigma de la investigación es crítico-propositivo como una alternativa para la investigación social que se fundamenta en el cambio de esquemas sociales.

Es crítico porque cuestiona los esquemas sociales y es propositivo cuando la investigación no se detiene en la observación de los fenómenos sino plantea alternativas de solución en un clima de actividad, esto ayuda a la interpretación y comprensión de los fenómenos sociales en su totalidad.

Uno de los compromisos es buscar la esencia de los mismos, la interrelación e interacción de la dinámica de las contradicciones que generan cambios profundos. La investigación está comprometida con los seres humanos y su crecimiento social.

## **FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA**

El enfoque antes citado constituye un sistema conformado por: los contenidos o resultados del aprendizaje (¿qué se aprende?), estos son diversos, se resumen como cognoscitivos, procedimentales y valorativos; los procesos o mecanismos de aprendizaje (¿Cómo se aprende?), se aprende en la actividad y como resultado de la misma, es regulado y en un nivel superior autorregulado, es constructivo por cuanto no constituye una copia reproductiva de la realidad y ha de ser significativo en el que el nuevo contenido cobre un determinado sentido y debe ser motivado; las condiciones del aprendizaje (¿en qué condiciones se desencadenan los procesos necesarios para aprender los contenidos esperados?) es inmediato por “otros”, que pueden ser profesor, el grupo escolar, la cultura expresada en el currículo, y también por la actividad de comunicación característica esencial del proceso, el mediador fundamental es el maestro, es cooperativo, significa interacción y comunicación con

otros, colaboración, y es contextualizado, ya que transcurre en una realidad en la que está inmerso el sujeto.

## **FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA**

Esta interpretación clásica del término saber es de vital importancia para la discusión sobre la autoridad epistemológica a la que pueden aspirar los profesionales de la comunicación. En el caso del periodismo, por ejemplo, la autoridad epistemológica proviene de su competencia en el saber práctico y poético de discernir sobre lo relevante de la actualidad que el público debe conocer para poder actuar con libertad, y en su capacidad para comunicarlo y hacerlo comprensible.

El fundamento de su autoridad está, entonces, no tanto en la autoridad de las fuentes consultadas, como en capacidad para saber discernir del discurso de las fuentes las conclusiones necesarias para merecer ser comunicadas y conocidas por los ciudadanos. De tal forma que el saber teórico, cuyo objetivo es desvelar la verdad, queda supeditado a un saber al mismo tiempo práctico y poético que consiste en extraerla y comunicarla, casi siempre de un contexto incierto, aunque no irracional. Por esta razón; la opinión es también campo para tener autoridad epistemológica. Como no es fácil tener la certeza de la verdad en algunos ámbitos, especialmente en aquellos de interés público donde intervienen las libres acciones humanas o está presente una multitud de factores difícilmente abarcables en su mutua conexión (Llano, 1984, p.62), en estos asuntos lo que cuenta es la opinión del estado intelectual en el que el comunicador se encuentra mientras aspira a obtener certezas.

La opinión es también un ámbito en el que se puede tener autoridad epistemológica porque no es el simple no saber, sino que se sitúa entre el conocimiento cierto y la ignorancia (Platón, 1995, pp. 4476d-447), es una forma de saber, porque con relativa

frecuencia se pregunta no para conocer un dato, sino para contrastar un parecer (Domingo, 1999, p. 60).

## **FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA**

Está formado por un conjunto de normas o principios generales que, en determinadas circunstancias, se sienten como obligatorias. También desarrollan esta función reguladora, entre otros, el derecho y la moral.

Más concretamente, podrá decirse que un código deontológico es un conjunto de normas específicas de la profesión que regulan la conciencia profesional de un informador. Están basadas en dos principios básicos: la responsabilidad social y la veracidad informativa. Además, exigen del profesional un continuo reciclaje y auto perfeccionamiento profesional.

Otra de deontología es “un conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo profesional determinado establece y que refleja una concepción ética común mayoritaria de sus miembros. Es como una objetivación de distintos conceptos ético-profesionales subjetivos, que estarán más o menos de acuerdo con su entorno social. Para que tenga vigencia no puede oponerse a las concepciones éticas individuales”.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

De la Constitución del Ecuador, Capítulo segundo, Derechos del buen vivir, Sección tercera Comunicación e Información.



### **De la Ley de Comunicación;**

**Art. 13.- Principio de participación.-** Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

**Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.-** El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

**Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.-** Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

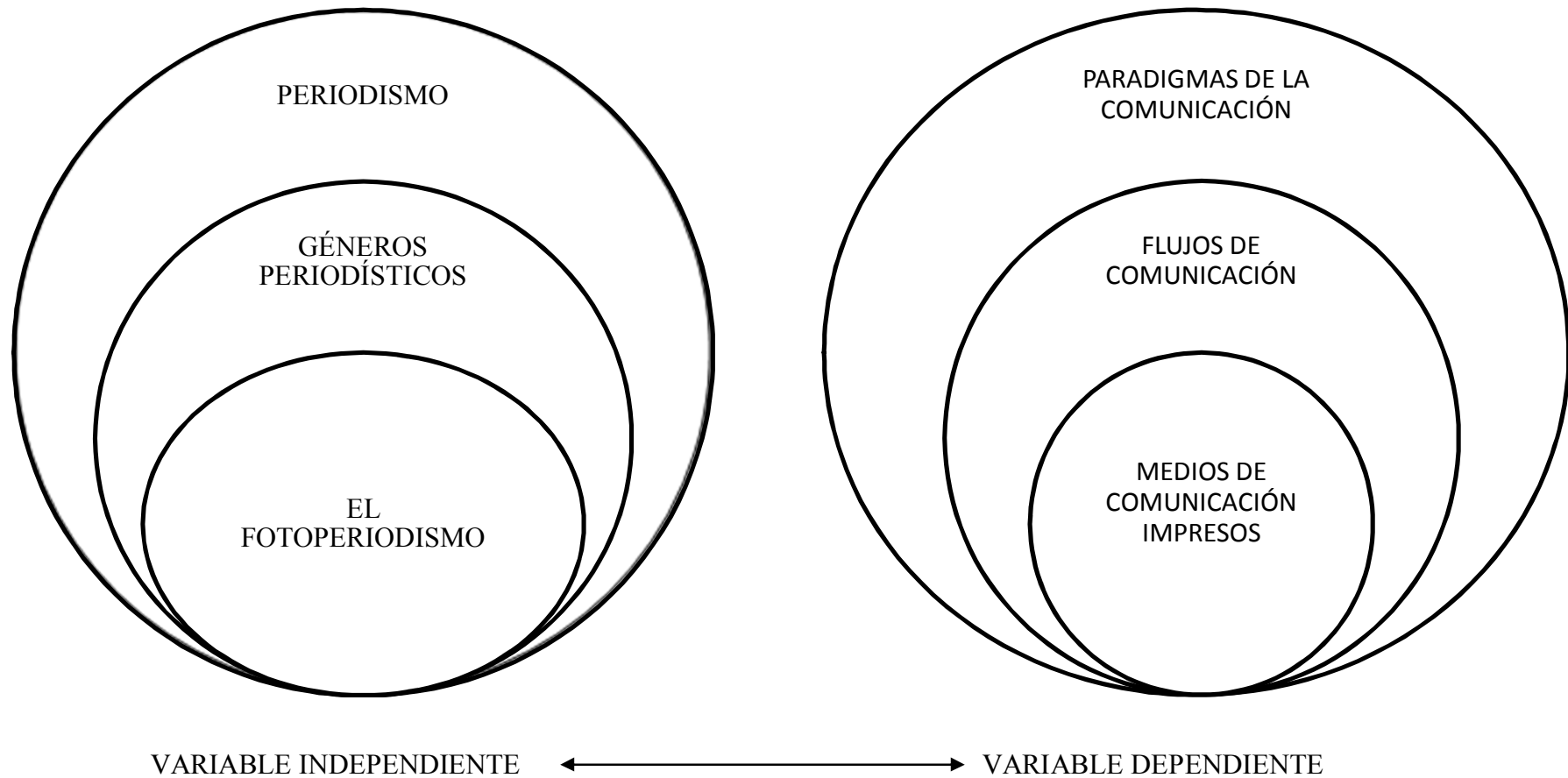
Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

**Art. 44.- Derechos laborales de las y los trabajadores de la comunicación.-** Las y los comunicadores; y, las y los trabajadores de la comunicación tienen los siguientes derechos:

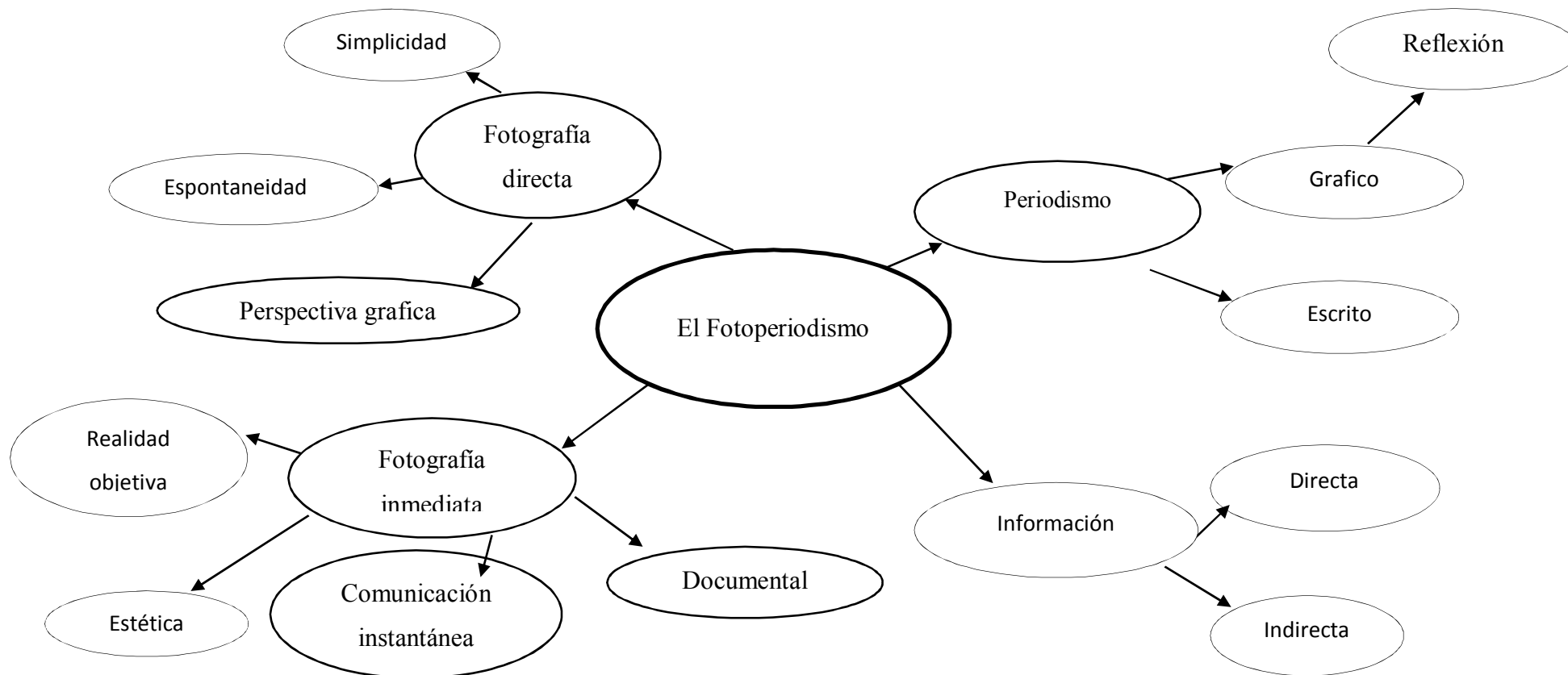
1. A la protección pública en caso de amenazas derivadas de su actividad como comunicadores;
2. A remuneraciones de acuerdo a las tablas salariales fijadas por la autoridad competente, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias;
3. A ser provistos por sus empleadores de los recursos económicos, técnicos y materiales suficientes para el adecuado ejercicio de su profesión y de las tareas periodísticas que les encargan tanto en la ciudad, donde habitualmente trabajan, o fuera de ella;
4. A contar con los recursos, medios y estímulos para realizar investigación en el campo de la comunicación, necesarios para el ejercicio de sus funciones.

## CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



**Gráfico N° 2: Categorías Fundamentales**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Observación Directa**

### CONSTELACIÓN DE IDEAS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE



**Gráfico N° 3: Rueda de Atributos de la Variable Independiente**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Observación Directa**

## CONCEPTUALIZACIÓN

### VARIABLE INDEPENDIENTE

#### PERIODISMO

“El periodismo es mucho más, es algo que permite satisfacer la afición, la habilidad, la vocación y el negocio. Aprender las técnicas de periodismo es una manera de amar también al prójimo, por qué estas nos facilitan la comunicación correcta”.

Gil, Rubén (1993).

Por lo tanto, el periodismo va más allá, es una devoción, destreza, el gusto. Además de estudiar las temáticas de periodismo es como enamorarnos de uno y otro a nuestro alrededor, esto nos abre las puertas a una información real y concreta.

El periodismo es un trabajo arduo y competitivo, en el que se recolecta sistemáticamente los procesos los cuales se llega a una publicación de datos de forma real, para esto, se debe verificar que el periodista o comunicador debe sustentarse en fuentes que de toda la credibilidad. Además hay que mencionar que el periodismo tiene una fuerte influencia en la sociedad actual, se ha acreditado como el cuarto poder.

Ahora el periodismo es la noticia, descubierta en base a una exploración, investigación y otros elementos que pueden ser los géneros, como son la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. El periodismo suele ser informativo, ser de tipo interpretativo o utilizar la temática de la opinión.

El papel que realiza el periodismo y el periodista es específico, y el poder que le otorga este, es vital en todo entorno social pues a través de ellos el ciudadano consigue estar al día de todo cuanto acontece no sólo en su medio y a nivel internacional. Esta es una forma de no cerrar los ojos ante problemas y conocer las distintas realidades socio económico, sociopolítico, socio cultural entre otras.

Es el proceso donde se adquiere, sintetiza, jerarquiza información y lo extiende hacia el público a través de medios de comunicación. Esta información puede ser de cualquier tipo y ubicada tempo-espacialmente de cualquier manera. (Cruz, 2012)

El periodismo busca generar información fidedigna sustentada por fuentes que aseveren los sucesos emitidos.

En la sociedad el periodismo tiene un gran valor por lo cual a lo largo del tiempo se ha constituido como una profesión dedicada a mantener comunicada a la colectividad de hechos que son de pertinencia pública.

Posee una serie de normas establecidas que varían según las leyes y propósito de las naciones, de la misma manera está sujeta a deberes éticos que contribuyen al desarrollo de una comunicación global eficaz.

Los periodistas tienen la obligación de sujetarse a las normas y encaminar su profesión hacia la veracidad y objetividad.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2015), el Periodismo es la “Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades”.

Leñero V. & Marín C. (1986) en su Manual de Periodismo indican que se trata de una forma de comunicación social que sirve para dar a conocer y analizar sucesos de

interés general, es decir, “se trata de una actividad que consiste en recoger, simplificar, ponderar y divulgar información referente a los hechos acontecidos en la actualidad”.

Se puede definir al periodismo como la divulgación de información sobre hechos actuales, la cual debe ser previamente elaborada mediante un tratamiento de ponderación y simplificación.

## **GÉNEROS PERIODÍSTICOS**

“Los géneros periodísticos tienen un papel insustituible en la enseñanza del periodismo. No hay nada más adecuado para comprender la función de los textos periodísticos que el estudio y el ejercicio de los géneros y comprender la función de cada uno de los textos que actúan en la comunicación periodística”.

Gomis, Lorenzo (2008).

Por lo tanto, los géneros periodísticos son de vital importancia para el trabajo de periodismo, ya que, con los conocimientos y la práctica de estos se cumplen diferentes funciones para cada uno de contenidos que se realiza en los diferentes medios de información masiva.

Los géneros periodísticos tienen diferentes formas de expresión escrita, según las necesidades del periodista o comunicador social. Además, tiene como objetivo proporcionar información de actualidad, este puede ser un suceso o acontecimiento en la que el reportero exprese su opinión o solo se preste a informar un hecho real con fuentes creíbles esto debe ser expresado en un lenguaje neutral y concreto.

En algunos géneros periodísticos demandan a la persona que redacta quede fuera de él o no aparezca de forma explícita en el texto escrito, en otros tiene como finalidad expresar el punto de vista de quién los escribe en base de una opinión acerca de un objeto.

La clasificación del periodismo varía de acuerdo a la perspectiva de los diferentes autores; sin embargo, la mayoría está de acuerdo en que el periodismo cumple la función de informar sobre hechos de interés. Según el Manual de Periodismo de Leñero y Marín citado anteriormente, los géneros periodísticos se clasifican en informativos, de opinión e híbridos.

## **GÉNEROS INFORMATIVOS**

Son aquellos destinados a informar acerca de hechos o sucesos que hayan ocurrido generalmente en un tiempo no lejano.

Dentro de los géneros informativos destacan:

**Noticia o nota informativa.-** Es el género periodístico más conocido y utilizado por los medios de comunicación debido a su brevedad de publicación, ya que, generalmente es corta de extensión. Según G. Martín Vivaldi (1987)“es el género periodístico por excelencia. Da cuenta de un modo sucinto pero completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado y de innegable repercusión humana”.

**La entrevista.-** Es una conversación entre dos o más personas, en la que una plantea preguntas (entrevistador/periodista) y las otras responden (entrevistado/s). Lázaro y Asensi (1987) la definen como "Una comunicación interpersonal a través de una conversación estructurada que configura una relación dinámica y comprensiva



desarrollada en un clima de confianza y aceptación, con la finalidad de informar y orientar". Esta conversación puede ser sobre temas de cualquier índole siempre que cumplan con el requisito de interés público para ser tomado como parte de los géneros periodísticos.

**El reportaje.-** Es el género periodístico más libre y a la vez el más complejo, puesto que no tiene una extensión definida y mezcla mucho de los otros géneros periodísticos con los recursos literarios.

El reportaje se caracteriza, con respecto a otros géneros periodísticos, por su diversidad funcional, temática, compositiva y estilística. Desde el punto de vista compositivo y estilístico, es un género muy versátil, ya que puede incorporar y combinar múltiples procedimientos y recursos de escritura, absorber en parte o del todo otros géneros periodísticos informativos -como noticias, informaciones, crónicas, entrevistas...- y de opinión -columnas y comentarios- y además puede asimilar parcial o totalmente géneros literarios y artísticos -como la novela, el ensayo, el short story, el cine o el teatro.

El único límite lo imponen las exigencias de claridad, exactitud y eficacia inherentes a todo periodismo informativo de calidad (Lluís Albert Chillón, 1994.).

Como afirma Albert Chillón, la importancia que merece el reportaje es tal que debería ocupar un lugar dentro de la cultura periodística análogo al que tiene la novela en la cultura literaria. Y añade: "Gracias a su diversidad de manifestaciones, a las múltiples funciones comunicativas que ejerce y a la versatilidad temática, compositiva y estilística que le es inherente, el reportaje es con diferencia el más flexible, el más complejo y también -como la novela- el más camaleónico de los géneros periodísticos" (Sebastiá Bernal,1997). En definitiva, se trata de un género que puede satisfacer todas las exigencias del lector contemporáneo y, a la vez, permitir al reportero captar con profundidad la realidad, llegar a la esencia de los hechos y de los acontecimientos.

Se han hecho muchas definiciones del género reportaje, la mayoría de autores como Emil Dovifat, Martín Vivaldi, Martínez Albertos, etc. La que Xosé López y Miguel Túñez hacen, si bien no es necesariamente la más acertada, sirve para una aproximación definitiva a una definición correcta: es un género informativo en el que se refieren hechos que no tienen por qué ser estrictamente actuales, con un estilo informativo que permite más libertad que la noticia, y sin continuidad en el temario de los medios ( Xosé López y Miguel Túñez ,1995.).

Establecer una tipología correcta es una cuestión difícil debido a las múltiples posibilidades de clasificación que existen. Al igual que ocurre con la definición, los expertos ofrecen diferentes visiones que no voy a desarrollar aquí. A modo de síntesis, se puede afirmar que existe una tendencia bastante generalizada a hacer una distinción entre el reportaje objetivo como género informativo, y el interpretativo, donde si bien el periodista no opina directamente, sí puede incorporar elementos analíticos.

Aunque algunos autores ya defendieron una clasificación de los géneros periodísticos en base a criterios, es muy acertada la de Albert Chillón, que alude a tipos de reportajes diferenciables entre sí en virtud de criterios diversos:

El criterio temático permite reconocer reportajes judiciales, de sucesos, de viajes, biográficos, autobiográficos, de sociedad, de costumbres, de interés humano o históricos; si se tienen en cuenta las funciones que ejercen y las modalidades de tratamiento de la información, pueden distinguirse reportajes informativos, interpretativos, de investigación, de precisión, de saturación, de encuesta, de pronóstico o de servicios; si se considera el formato, reportajes breves, grandes reportajes, reportajes seriados, informes, dossiers, etc.; si las características estéticas y formales, reportajes narrativos, explicativos, descriptivos, de citas, así como modalidades híbridas tales como el reportaje-diario, la crónica-reportaje, el reportaje

cinematográfico, el reportaje epistolar, el teatro-reportaje, el feature, el reportaje novelado, y la novela-reportaje; en último lugar, ateniéndonos al soporte y al canal de difusión, se puede hablar de reportajes impresos, televisivos, radiofónicos, cinematográficos, videográficos, libros-reportaje, etc. (Luís Albert Chillón, 1994).

## **GÉNEROS DE OPINIÓN**

Los géneros de opinión son aquellos que le permiten al periodista dar su criterio o interpretación respecto a un tema de análisis. Dentro de esta categoría se encuentran:

**El artículo.-** Es el género periodístico utilizado para hacer un análisis de los hechos noticiosos más importantes o de temas de importancia, aunque no sean de actualidad inmediata y que le permite al periodista hacer juicios de valor, pero sin dejar de lado su responsabilidad y veracidad.

**El editorial.-** Es definido según José Luis Albertos (1983: 379) "Como el artículo periodístico sin firma que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Este Juicio colectivo e institucional se formula de acuerdo con una convicción de orden superior que refleja la postura ideológica de cada periódico."

Es el género utilizado por los medios de comunicación para dar a conocer su doctrina, sus políticas y su posición respecto a los hechos más importantes ocurridos durante un determinado tiempo, a través de un análisis de los mismos.

Es igual en contenido a los artículos de opinión y de fondo, salvo que la información vertida en él tiene la intención de que el lector la comprenda como la posición que toma un medio informativo sobre un hecho noticioso. Es la voz del medio y, por general, no va firmada, excepto en las revistas, donde algunos editores firman este

artículo con su nombre. Sin embargo, se asume que lo dicho también es la posición del medio ante un acontecimiento determinado. (Sonia Parrat, 2005)

El editorial posee tantos vestuarios como rangos de noticia existen en la práctica del periodismo. Así, el editorialista asumirá un tono aleccionador, contextualizador, reflexivo o de denuncia, según lo dicta el carácter de la noticia.

Los géneros periodísticos son los instrumentos de trabajo del periodista en su labor comunicacional con la sociedad, a través de los distintos medios de comunicación masiva, por lo que su dominio es fundamental para el efectivo cumplimiento de esta tarea de enorme compromiso social que exige invariablemente: responsabilidad, profesionalismo, honestidad y ética periodística. (Jorge Aguirre, 2009)

A pesar de lo abstracto que pueda resultar el término, la realidad es que la función periodística siempre ha de tener como premisa básica a la verdad.

La verdad que el periodista está obligado a buscar en base a sus valores morales y civiles, su preparación profesional y su libertad de conciencia.

Según (Carlos Marín,1999) es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana en revistas y semanarios. La característica esencial es que este género resume la posición política de las empresas periodísticas frente a los hechos de interés colectivo. A diferencia de otros géneros, no aparece firmada.

## **GÉNEROS HÍBRIDOS**

Dentro de los géneros híbridos destacan la crónica y la columna.

**La Crónica.-** Es una especie de reportaje que se caracteriza por narrar los hechos en un orden cronológico; es decir, en el estricto orden en el que ocurrieron.

Es el género que busca narrar los hechos en el tiempo exacto que sucedieron; en ella se refleja cómo una noticia se construyó en la dimensión espacio-temporal de suceso de los acontecimientos que le dieron origen o dan cuenta de ella. La crónica “es el relato pormenorizado, secuencial y oportuno de los acontecimientos de interés colectivo.”

Sobre la crónica apunta (Jorge Ramos de la Flor,2007): “Es un relato o narración de un tema...o hecho que desarrolla de acuerdo a un orden temporal...Algunas crónicas alcanzan ribetes literarios, prosistas, de un lenguaje elegante, creativo y de buen gusto, pero para justificar su naturaleza periodística, la crónica debe ser preponderantemente noticiosa.”

Es un género periodístico híbrido que narra y describe sucesos de interés general. Se deriva de la voz cronos que significa tiempo, por lo tanto solo se aplica a lo que se desarrolla en el tiempo (Silvia González Longoria,2005).

**La columna.-** Es el espacio que generalmente utiliza un mismo autor periódicamente para tratar con brevedad asuntos de interés.

(Emilia Alarcos,1996) Es un escrito periodístico que bajo un mismo título, firmado siempre por el mismo autor, presentado en igual forma y generalmente en un mismo lugar de la publicación, tiene por objeto entregar informaciones varias redactadas brevemente, comentarios breves o informaciones sin comentarios. La columna aparece periódicamente en la publicación.

La utilización de seudónimos no libra de cargos en que incurra el autor de la columna.

La columna puede ser de juicio o crítica o especializada.

La columna es un género más liberal, no en su esencia sino en su estructura, por lo que demandará en principio inventiva y creatividad.

Su extensión está sujeta al interés de la misma y permite toda serie de variaciones que no están sancionadas por la escolástica periodística.

Sin embargo, siempre hay que evitar el vulgarismo y los adjetivos de mal gusto.

La columna requiere el manejo de los adjetivos que se consideran como neologismos o adjetivos de moda, para propiciar una más sencilla o modesta comunicación con los lectores.

La integración de la columna debe ser vertebrada, debe guardar una concatenación o ilación, no importa la extensión que tenga, pues debe garantizar un procedimiento de atracción permanente.

En todo momento se deben evitar los adjetivos redundantes e innecesarios.

La columna se mueve entre dos peligros: represión y manipulación, que pueden afectar a terceros.

Es un escrito que aparece por lo regular en un lugar determinado y con periodicidad fija, siempre conserva el mismo título, su función es informar y comentar de manera concisa sobre uno o varios acontecimientos.

Según (Pastora Moreno Espinoza,2002), la columna analiza, interpreta y valora su finalidad concreta es la de orientar al público sobre noticias. Tiene 3 características: periodicidad, titulación fija y carácter emotivo con el que se expresa. La columna proporciona momentos de recreación, motivo por el que se encuentra cerca de la literatura, tiene total libertad temática y formal. Hace uso habitual de la ironía y se establece con frecuencia una identificación entre columnista y lector. La columna se clasifica de la siguiente manera:

De opinión: Todos los juicios que en ella se expresan son responsabilidad del columnista, quien así lo acepta mediante su firma.

De información: Predomina la información sobre el comentario.

Humorística: Se escribe con el propósito de divertir y entretener a los lectores, su temática es diversa y los comentarios se caracterizan por su ironía.

De personalidades: Se ocupa de las personalidades de la comunidad o que destacan en algún momento, pueden referir o funcionarios públicos, ganadores de un premio, artistas y famosos.

Revoltillo: Presenta a los lectores un poco de todo

**Fotoperiodismo.-** “La imagen de lo inesperado, lo que nadie ha logrado ver, lo que provoca la síntesis de un acontecimiento, la imagen que sorprende y engancha la comunicación instantánea. Ello es cierto, pero al entrar en el juego de calificar su comunicación informativa de periodista, se busca su diferenciación de lo realizado por otros profesionales de la información que, como ellos, se quiera o no, son igualmente periodistas”. Gómez, Miguel (2006)

El fotoperiodismo está vinculado con la denominada fotografía documental que da atribución de garantía testimonial de la verdad, se vincula a la responsabilidad de no alterar ni influir la realidad objetiva.

En resumidas la fotografía periodística que tenga estilo y propósito documental, sólo puede ser comprendida y conceptualizada como tal, ya sea por el uso social que se haga de ella. Por lo tanto, toda fotografía directa, incluyendo a la fotoperiodística puede provocar, leerse e interpretarse desde una perspectiva gráfica.

Castellanos, Ulises, en su obra: "Manual de Fotoperiodismo". (2003, pág. 15), lo define como: "una manera gráfica y sintética de ejercer el periodismo"; en cambio para Vilches, Lorenzo, (Vilches, 1987, pág. 13), en su libro: "Teoría de la imagen periodística, es "una actividad artística e informativa, de crónica social y memoria histórica". Según Alcoba, Antonio, en su libro "Periodismo gráfico", (1998, págs.: 33-34), lo define como:

"...la posibilidad de plasmar, a través de la imagen los acontecimientos de la actualidad, y ponerlos ante la mirada de millones de personas es captada, enseguida, por empresarios periodísticos, editores y directores de los medios de comunicación impresos, quienes se dan cuenta del enorme poder de atracción de la fotografía de permitir reflejar, en las páginas de sus diarios, cuanto los periodistas literarios describen con su pluma pero mostrando la realidad de forma más exacta, lo cual se traduce en una base importantísima para promover la venta del medio" (Alcoba, 1988, págs. 33-34).

La situación actual del fotoperiodismo, debido a la poca importancia que le dan los medios de información impresos locales, ocasiona que exista un desinterés por parte de la juventud hacia esta práctica artística-documental. La difusión de imágenes de calidad puede ser posible si existe la adecuada formación en la temática, así como su práctica desde las aulas escolares.

### **Clasificación**

**Foto Noticia.-** De acuerdo a Castellanos, Ulises, 2003; la define como una hibridación que:

"Sirve para representar las relaciones de una realidad concreta. Su método es reflejo fotográfico de varios detalles característicos, cuya combinación ofrece al lector una imagen relativamente compleja de la realidad. A la fotografía (o a la serie



fotográfica) se agrega un texto complementario que aclara y señala las relaciones entre las diversas partes del todo, aspectos no susceptibles de ser comunicados sólo gráficamente, resumiendo el significado y trazando su perspectiva” (Castellanos, 2003, pág. 39).

**Fotografía Deportiva.-** Según Castellanos, Ulises; la importancia de la Fotografía Deportiva, radica en la aceptación que tiene en las publicaciones de prensa, en la que es común diariamente y se caracteriza por:

“...exige especialización es, quizá, uno de los géneros más complejo. El fotógrafo debe conocer las reglas y los vericuetos del deporte o del juego en cuestión, lo que le permite anticipar un momento fotográfico y prepararse para captarlo. Este género obliga a la velocidad y a la capacidad de síntesis” (Castellanos, 2003, pág. 37).

**Reportaje Fotográfico.-** Castellanos, Ulises, menciona que: “Es caracterizado por el modo de abordar la realidad, contenido y forma. Informa, anuncia e intenta reflejar y concentrar la visión de un acontecimiento de cierta complejidad, desarrollado en un lugar y durante un tiempo mediante un conjunto de fotografías que ofrecen una fragmentación y selección de espacios y datos significativos en imágenes instantáneas” (Castellanos, 2003, págs. 41-42).

**Ensayo fotográfico.-** Para Castellanos, Ulises, “...es una foto reportaje de impacto visual tratado a profundidad en un numeroso grupo de imágenes. A través de él, pueden tratarse problemas de carácter sociológico, cultural y económico. Requiere planificación e investigación de la información a desarrollar.” (Castellanos, 2003, págs. 44-45).

La planificación en trabajos periodísticos como el ensayo fotográfico, requiere la guía de un docente capacitado, que cumpla con el seguimiento y evaluación de los avances en la práctica, así como el seguimiento en cada etapa de su realización.

**Documental.-** El “Manual de Fotoperiodismo”; indica que: “trasciende la información, no es inmediato. El fotógrafo selecciona un tema de interés para contárnoslo en imágenes a partir de historias de vida. Se construye con información a profundidad, en la que se proyecta el estilo del fotógrafo” (Castellanos, 2003, pág. 37).

**Fotografía directa.-** En esta no se busca preparar o intervenir temas para proyectar imágenes, la realidad que busca el fotógrafo no es alterada.

“Tiene un modo de abordar los fenómenos sociales, y sobre todo, en la teorización ortodoxa que propugnan algunos fotógrafos al concebir y producir sus materiales se asume el compromiso ineludible de documentar y plasmar la realidad objetivamente”. Beaumont, Newhall (1937)

La fotografía directa marca la historia de la fotografía en el cambio del siglo XIX al XX, extendiéndose hasta bien entrado este último. Pero ya a comienzos de siglos empiezan a escuchar voces que abogan por la superación de la fotografía que emula el estilo de la pintura en boga. Emerge entonces un estilo nuevo, denominado Straight Photography (Fotografía directa), defendido por fotógrafos como Alfred Stieglitz y Paul Strand y apoyado por el ensayo de Sadakichi Hartmann, A Plea for Straight Photography (1904). The Steerage (1907), de Alfred Stieglitz, se propone como el emblema de la dirección a seguir para que la fotografía se desembarace de la imitación de la pintura y acceda al estatus de arte moderno.

En los años veinte, la Fotografía directa asocia su ideal al de la era de la máquina, símbolo de progreso y metáfora de la modernidad. Más tarde, en 1932, Ansel Adams, Edward Weston, Imagen Cunningham y otros crean en California el grupo F/64 para promover la Fotografía directa. Este estilo huye de los trucos utilizados por el pictorialismo para ocultar el origen fotográfico de la imagen y celebra la belleza de tono y el detalle. Se pone énfasis en la fotografía pura, en la nitidez de las imágenes, en la profundidad de campo.

Desde la invención de la fotografía, en manos de la imagen cristalizada de la vista desde la casa de verano de Niepce en 1826, el lenguaje fotográfico fue desarrollándose y evolucionando al compás de los avances tecnológicos que el medio iba alcanzando.

Immanuel Kant sostenía que “en todas las bellas artes, lo esencial es la forma, una forma que concierte con la admiración y el juicio, produciendo un placer” (Kant, 1977). Así se entiende por estético aquello que responde al paradigma kantiano de representación armoniosa, de orden de las partes, de belleza asociada a la coherencia. Susan Sontag sostiene que la fotografía nace con la intención de embellecer lo cotidiano. Entre 1920 y 1935, el objeto a fotografiar se aisló del medio que lo contenía y de esta manera “lo bello pasó a ser simplemente lo que el ojo no ve o no puede ver: la visión fracturada, desconcertante, que solo brinda una cámara” (Sontag, 1996, p.101).

Los caminos trazados por la pintura y la fotografía se cruzaron en varias oportunidades, nutriéndose ambas disciplinas. Tanto los pintores románticos, como los realistas o los impresionistas se valieron de la toma fotográfica para enriquecer sus composiciones, o conseguir mayor realismo en sus dibujos.

A su vez, el movimiento fotográfico iniciado en 1891 denominado pictorialismo, intentó disfrazar las imágenes captadas por la cámara, con diferentes recursos, como el difuminado, la distorsión y la visión nublada, con el fin de lograr efectos más plásticos, semejantes a la pintura de caballete. Recién en la primera década del siglo XX, Alfred Stieglitz (1864-1946) propone volver a la fotografía directa, despojándola de cualquier intervención o manipulación, tanto del proceso de laboratorio como en la impresión.

De esta manera, la fotografía se independiza de la pintura, eleva su condición a arte y empieza a transitar el camino de generar un lenguaje propio. Fontcuberta cita a Jakobson, en su teoría de las funciones del lenguaje, diciendo que en la fotografía “la

acción artística correspondería a un uso poético del lenguaje, concentrando la atención en la forma de los enunciados, o a un uso metalingüístico, para referirse a sí misma” (1996, p. 29).

Por lo tanto, partiendo de la existencia de un lenguaje fotográfico propio, este ensayo propone, demostrar cómo la fotografía directa que utilizaron los artistas del Grupo f/64 llevó a este arte a explotar sus posibilidades estéticas a partir de la combinación del uso poético y bello de los recursos técnicos y la sensibilidad de cada artista.

**Perspectiva gráfica.-** Constituye una posibilidad de apreciación real de una obra, así como también una formación concisa y conceptos claros para la comprensión de las dimensiones en una foto.

“El dominio del espacio, el conocimiento de cómo contemplarlo, es la clave para la interpretación del edificio”. Zevi Bruno, (1978)

Fotógrafos como Osear Gustav Rejlander o Henry Peach Robinson lograron algunas de las fotos más conocidas de la Inglaterra del XIX realizadas en estudio a modelos que posaban, con el empleo de mucho atrezzo, centradas en temas alegóricos, convertidas en verdaderos tableaux vivants o cuadros fotográficos. Famosa es la fotografía alegórica de Rejlander, «Two Ways of Life» (1857), realizada reuniendo en la copia final más de 30 negativos distintos. En su momento, esta foto causó una gran polémica porque incluía un desnudo parcial. El escándalo se suavizó cuando la Reina Victoria I de Inglaterra le encargó una copia para regalar al príncipe Alberto, lo cual se tradujo en un gran éxito comercial de la imagen. Asimismo, una de las corrientes fotográficas más potentes de finales del XIX y principios del XX fue la fotografía directa, que propugnaba que la fotografía era el medio y el arte su fin. En Europa aparecen distintas asociaciones que defendían esta idea, como por ejemplo el grupo The Brotherhood of the Linked Ring creado por fotógrafos separados de la Photographic Society inglesa porque consideraban que esta institución le prestaba mucha atención a la fotografía de aficionados (Sougez, 1996: 2007).

Los pictorialistas, para quienes la placa fotosensible era un sucedáneo del lienzo, utilizaban como recurso el no enfocar de forma deliberada para provocar un efecto similar a la pintura impresionista (el conocido flou). También actuaban en la fase de revelado y en la de positivado de la imagen añadiendo carbón, bromóleo, goma bicromatada y otros pigmentos a las emulsiones, buscando hacer las fotografías similares al dibujo o al grabado. La fotografía, pensaban los pictorialistas, debía entrar por su propio pie en los espacios de los grandes museos al igual que la pintura y la escultura.

Aunque sufrió una evolución en sus planteamientos formales hacia lo que llegó a denominarse «fotografía directa» o *Straight Photography*, uno de los grandes de la historia de la fotografía como lo fue el norteamericano Alfred Stieglitz, empezó su carrera explorando, dentro del campo de la fotografía, las capacidades propias de la pintura en cuanto a composición y texturas. De hecho, promocionó activamente el pictorialismo desde la dirección del grupo Photo-Secession (1900), en las páginas de la famosa revista *Camera Work* (1902) por él fundada, primera del mundo en su estilo, y en los espacios de The Little Galleries of the Photo-Secession, conocida como Galería 291 porque estaba situada en este número de la Quinta Avenida en Nueva York. También fue todo un mecenas artístico y el primero en llevar a los Estados Unidos las obras de los artistas de vanguardia europeos como Rodin, Matisse, Cézanne, Picasso, Brancusi y Braque (Newhall, 2002: 168-74).

**La espontaneidad.-** Cuando se habla de ser espontáneo, se habla de una imagen que a todas luces se percibe “robada”, captada sin consentimiento, sin que la persona tenga conciencia de nuestra presencia; espontáneo es algo que no fue posado, no fue preparado y ocurrió de improviso frente a nuestros ojos y nosotros tuvimos la fortuna (“la suerte”) de estar ahí para captarlo.

1. Una imagen espontánea tiene sus propias características:
2. Debe ser un momento decisivo, crucial, culminante en la acción.
3. Las personas deben lucir relajadas.

De esta forma los sentimientos serán espontáneos, verdaderos.

Si queremos una fotografía espontánea que cumpla con las reglas de composición, entonces debemos hacer gala de nuestra suerte, y en algunas ocasiones debemos estar dispuestos a sacrificar lo técnico por la esencia.

La esencia en un retrato es la que nos hace sentir alegría, satisfacción personal, es ese algo que se proyecta con una mirada sincera llena de confianza de seguridad, es un “clic” que se ha dado en algún punto de la sesión y nuestro modelo se deja guiar.

Si les gusta hacer retratos, entonces este ejercicio les parece muy interesante, consiste en tratar de captar a un(a) modelo sobre un fondo negro o un fondo blanco; de esta forma no habrá elementos adicionales que participen en el mensaje que enviaremos. Nuestra composición se limitara a dos cosas: El ángulo de nuestra visión (o perspectiva ) y la participación de la persona que nos esté sirviendo de modelo.

**Simplificación.-** La simplificación es un concepto muy sencillo, pero también es una de las cosas más difíciles en las artes visuales en general y particularmente en fotografía. Mientras la pintura y el dibujo son el arte de construir una imagen, la fotografía es el arte de la selección: el fotógrafo escoge una imagen del mundo real y la organiza dentro del encuadre.

Simplificar en fotografía consiste en reducir los elementos de la composición a lo estrictamente necesario, eliminando todo lo superfluo. Supone observar bien, elegir qué elementos son nuestros protagonistas y reparar en todo aquello que es prescindible y, por lo tanto, sólo está distrayendo o interfiriendo en el mensaje. En muchos casos se puede confundir este concepto con ser un fotógrafo minimalista, pero, aunque tiene mucho que ver no es exactamente lo mismo.

Una gran cantidad de elementos en una fotografía pueden distraer del tema central de la misma. Hay que tener claro qué queremos captar en la fotografía. Se dice que

“menos es más”. En la composición de imágenes también sucede lo mismo. Una imagen simple, sencilla, con pocos elementos bien colocados, suele ser muy cautivadora

En otros casos, la complejidad extrema de una imagen de tipo fractal puede hipnotizarnos todavía más si cabe.

La simplificación es la tendencia que tenemos a interpretar los estímulos perceptivos de acuerdo al esquema más inmediato y sencillo de entre los posibles. La publicidad recurre a ejemplos claramente explícitos para producir una lectura inmediata del producto sin otras posibles interferencias distorsivas

**Fotografía Inmediata.-** Se puede entender que la fotografía inmediata contemporánea heredó ciertas peculiaridades rigoristas de aquellos años. La influencia de autores como A. Stieglitz, Paul Strand, E. Weston, Ansel Adams y Minor White, se percibe en el modo de abordar los fenómenos sociales y sobre todo, en la teorización ortodoxa que propugnan algunos fotógrafos al concebir y producir sus materiales; se asume el compromiso único e ineludible de documentar y plasmar la realidad objetivamente. Un diccionario especializado define a la fotografía inmediata: (Lorenzo Vilches,1986)

“Denominación aplicada a la fotografía directa, que caracteriza la aspiración de algunos fotógrafos a una fotografía no manipulada, comprometida con la realidad, la verdad y la estética. Fotografía directa es sinónimo de una tendencia fotográfica actual (especialmente en la topographical-photography), con la que se sienten comprometidos algunos jóvenes fotógrafos americanos. Ven su ideal en una descripción de personas y lugares impoluta y realista” ( SCHÖTTLE, Hugo. Diccionario de la Fotografía. Editorial, Blume. Barcelona, 1982. P. 127.)

Es necesario subrayar que esta concepción clásica de la fotografía directa –en donde el registro de la realidad que efectúa el fotógrafo no es alterado de ninguna manera-, no constituye ni puede reducir la complejidad del quehacer foto periodístico actual, a una actividad consagrada exclusivamente a imprimir clisés de los acontecimientos sociales desde una perspectiva objetiva y llanamente descriptiva, ni con la insostenible pretensión de que una fotografía periodística es la reproducción fiel e irrefutable de un hecho real.

Estas atribuciones –desmedidas- se explican probablemente porque la fotografía está catalogada como el referente icónico por antonomasia, situación que deriva en el axioma que sustenta a la fotografía desde su invención en el siglo XIX:

“La representación directa de la realidad es la propiedad prototípica específica de la fotografía” ( Ibid. P. 764.)

Sin embargo, el hecho de que las imágenes periodísticas surjan de una realidad social dinámica, no implica que éstas sean la recreación exacta de la misma. Néstor García Canclini cuestiona irónicamente al respecto: “¿Necesitamos recordar que el fotógrafo no copia lo real, que reduce la tridimensionalidad del mundo a la bidimensionalidad de la imagen, que la tecnología, el carácter monofocal y estático de la representación, la intervención de la luz y el recorte del encuadre ofrecen siempre versiones de lo real?”( GARCÍA, Néstor. Segundo Coloquio Latinoamericano de Fotografía. Consejo Mexicano de Fotografía. México, 1982. P. 18.).

El texto de presentación de los 30 años de World Press Photo nos proporciona respuestas contundentes que configuran, desde nuestro punto de vista, el perfil del fotoperiodismo contemporáneo:



“...Lo real, en su integridad, es irreproducible, cualquier intento resulta parcial. La fotografía, por más identificable que resulte el objeto retratado, es siempre un recorte del entorno; como tal conlleva una exclusión de ciertos aspectos, el ordenamiento y jerarquización de otros y el énfasis de determinados detalles. De tal manera que la imagen producida, aún en el caso de una disciplina como el fotoperiodismo que tiene por meta alcanzar el más alto grado de objetividad, encierra un sesgo, un matiz que la convierte en obra personal, en reflejo no sólo del mundo, sino de la visión del mundo de su *autor*” (World Press Photo. 30 Años de Fotoperiodismo Internacional. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Instituto Nacional de Bellas Artes. Museo Rufino Tamayo. México, 1989. P.p. 5-6.).

**Fotografía documental.-** Se le llama por la intención que se quiera dar al espectador, esta puede convertirse un momento determinado en documento visual, con intereses generales. “Toda fotografía, incluyendo a la fotoperiodística, puede producirse, leerse q interpretarse desde una perspectiva documental, así cualquier foto puede ser entendida como documento si se infiere en información útil sobre tema específico que se estudia” Beaumont, Newhall (1937)

El concepto de fotografía documental es muy amplio y admite también variadas interpretaciones. De hecho, toda fotografía es documental, incluso aquellas que son manipuladas y las creaciones artísticas, puesto que siempre están refiriendo a algo o al alguien, aunque este alguien sea exclusivamente el propio autor. En un sentido más estricto, se considera fotografía documental, como uno de los tantos géneros de la fotografía, aquella que se constituye en una evidencia respecto a la realidad. Ese contenido de evidencia fue el primero que vieron los creadores de la fotografía y también sus comentaristas. François Arago, al hacer la presentación del invento de daguerre, en agosto de 1839, explicó precisamente que con esa técnica se podrían reproducir por ejemplo los jeroglíficos y los monumentos del antiguo Egipto, para luego ser estudiados.

El sentido documental de la fotografía fue así claramente expresado. Una segunda posibilidad del concepto de fotografía documental se refiere a lo que llamamos fotografía social, documental social y también testimonial. Este género se refiere, como el nombre ya lo explicita, a la documentación de las condiciones y del medio en el que se desenvuelve el hombre, tanto en forma individual como social y, en ese sentido, su nivel de complejidad es profundo. Obviamente, el fotoperiodismo se nutre de la fotografía documental y forma parte de esta, siendo su consecuencia natural, pero, a diferencia del documentalismo social, se interesa de aquellas situaciones, hechos o personajes que constituyen o son noticia, materia fundamental de la prensa gráfica en general. No por sutil, la diferencia entre fotoperiodismo y documentalismo social debe soslayarse, teniendo presente que muchas veces el documentalismo social se convierte en fotoperiodismo y viceversa, cuando por diversas causas la prensa decide que sea noticia. Por ejemplo, las condiciones de vida de las personas que han debido abandonar sus casas por causa de las inundaciones ha nutrido al periodismo, pero desde el momento que el tema dejó de ser noticia, desapareció de los diarios.

El documentalismo social interesa a la prensa cuando se asocia a un hecho relevante, circunstancial y de gran impacto en la sociedad. Las villas miseria, las condiciones de vida en esos espacios de la marginalidad, pasan a ser noticia cuando sus habitantes organizan protestas o intentan ocupar nuevos terrenos o son empujados fuera de los mismos. Al margen de esas situaciones, aunque aquella realidad persiste, el fotoperiodismo deja de interesarse. Para el documentalismo social, en cambio, aunque comparta las técnicas de realización con el fotoperiodismo, se interesa siempre por los espacios y condiciones de la sociedad. No está atado a lo circunstancial, constituye una reflexión, un intento de comprender y, naturalmente, de mostrar al hombre y sus circunstancias. Dicho en términos más directos: no depende ni se interesa en la noticia como finalidad primaria. Otro aspecto fundamental del documentalismo social, quizá una de sus condiciones ineludibles, es la no manipulación de las situaciones. Esto muchas veces no es bien comprendido, pero vale la pena argumentar por que las puestas en escena constituyen antes que nada una falsificación y solo expresan eventualmente la incapacidad del fotógrafo

para alcanzar sus objetivos, aunque el resultado sea estéticamente agradable y el mensaje convincente. Si un sociólogo, por ejemplo, para sustentar su tesis, inventa testimonios, para cualquiera resulta evidente que ha mentado, aunque esos testimonios verbales expresen o refieran a situaciones reales. El texto entre "comillas" en un escrito significa que es literal de quien lo ha expresado. En la fotografía documental, la imagen en si es un encomillado de la realidad y, por lo tanto, no debería ser el producto de cómo cree el fotógrafo que las cosas tienen que suceder o ser.

Sin embargo, la fotografía posada, es decir aquella donde los personajes afrontan con plena consciencia a la cámara, no constituyen ni deben asimilarse a lo que es la puesta en escena. El posar, en todo caso, podríamos compararlo a la pregunta y a la respuesta, es una suerte de interrogatorio de una situación. Muchas fotografías de documentalismo social son posadas, el sujeto advierte y consciente a la cámara, pero eso no es una actuación sino, simplemente, un mostrarse en forma estática. Uno de los objetivos del documentalismo social es generar precisamente consciencia social, que no es otra cosa que solidaridad. Esa consciencia social puede tener un carácter de denuncia, con la intención de producir un cambio, una transformación. Ese ha sido el principal objetivo de la mayoría de los fotógrafos testimoniales a través de la historia. Pero puede tener también como finalidad el conocimiento en sí mismo y la comprensión de la humanidad. Desde el punto de vista estético, el documentalismo ofrece un amplio campo de realización a fotógrafos creativos, puesto que la aproximación a cualquier tema transita por la visión y la forma personal de interpretar aquella realidad.

He usado a propósito el término estético en lugar de artístico, puesto que entiendo que el documentalismo social no es arte. Y, además, no pretende ser arte, en su sentido tradicional o moderno. No obstante, por cierto, que existen artistas sociales. Hay un arte social, que puede tener puntos en común con el documentalismo social y que a veces, en forma saludable, se confunden. Pero no es ahora el tema que

pretendo desarrollar, aunque por supuesto queda abierta la puerta para otras reflexiones. Mi interés en este tema, desde el momento que como fotógrafo me identifico con la fotografía social, es plantear, quizá en forma tan imperfecta como humana, que el documentalismo social es tan legítimo como cualquier otro género y que, por lo tanto, no se encuentra en una escala por debajo del arte ni necesita ser calificado como arte para lograr la aceptación y el lugar que le corresponde entre las actividades humanas. Esto significa que no padece, en mi opinión, de tales complejos, en el sentido de que algo para ser válido debería tener carácter artístico como si tal presunción lo colocara en el vértice de la pirámide humana.

**Comunicación instantánea.-** Es un modo de comunicación aceptado por la sociedad y en este existen signos transformados en mensajes instantáneos que se define por su resumen para una expresión del lenguaje más a fin de una sociedad.

“La comunicación instantánea se caracteriza por la inmediatez. Se trata de un código escrito que emula los modos, la brevedad y coloquialidad del lenguaje hablado. Se prima más que nunca la concisión y, por tanto, el contenido sobre el forma, el contexto sobre la puntuación y el mensaje sobre las formas”. Castro Roig, Xosé (2012).

Las nuevas formas de comunicación generan nuevas formas de redacción, puntuación y transmisión del mensaje. Con la invención del teléfono, la gente pronto se percató de que no hacía falta gesticular, porque nuestro interlocutor no nos ve. Con el correo electrónico, redescubrimos el género epistolar, pero con un estilo más coloquial y fluido, menos formal. Con la aparición de las publicaciones profesionales en internet, los redactores empezaron a crear una suerte de normas ortográficas adaptadas, no recogidas aún en la ortografía académica, y se pusieron a intentar solventar ciertas dificultades técnicas inherentes a la lectura de textos en una pantalla, como el hecho de que una persona se distraiga con más facilidad si lee un artículo en una web que en una hoja, porque en aquella puede haber elementos ajenos con color, objetos en movimiento, imágenes..., a lo que se une la diferencia de nitidez —y, por tanto, de legibilidad— de un texto electrónico (una pantalla es una

fuente de luz, al fin y al cabo), en comparación con el texto impreso en una materia inerte como el papel.

Por su parte, los chats, los SMS y la mensajería instantánea se caracterizan por la inmediatez. Se trata de un código escrito que emula los modos, la brevedad y coloquialidad del lenguaje hablado. Se prima más que nunca la brevedad y, por tanto, el contenido sobre el continente, el contexto sobre la puntuación y el mensaje sobre las formas. Y de estas características intrínsecas a la comunicación inmediata surgen —de un modo natural, y casi nunca muy planeado— una serie de usos relativos a la abreviación, la gestualidad, el acortamiento y la síntesis, que se transmiten de un internauta a otro, de un hablante a otro, y que explicamos a continuación.

Desde el principio de los tiempos, el ser humano ha buscado sistemas de comunicación bidireccionales con los que poder dialogar a grandes distancias: señales de humo, reflejos, silbidos, señales sonoras, banderas, luces... En nuestros tiempos, el chat y los sistemas de mensajería instantánea para ordenadores y teléfonos inteligentes cumplen esa función, pero casi todos estos medios adolecen de dificultades para comunicarse con fluidez, ya sea por el costo, los requisitos técnicos o lo dificultoso que resulta escribir (en un teclado de pequeñas dimensiones, por ejemplo).

Se oye con bastante frecuencia que la comunicación por SMS, chat y sistemas de mensajería instantánea estropean el idioma lo que afecta especialmente a los jóvenes, que escriben peor desde que existen estos medios de comunicación, pero este nos parece un argumento repetitivo y desacertado. Desde que el hombre es hombre, hemos tenido dificultades para dejar grabados nuestros mensajes en distintos soportes. No en vano, las abreviaturas surgen para poder incluir más información en

un espacio reducido (carteles, rótulos) o en un soporte costoso de elaborar (papel) o difícil de trabajar (lápidas de piedra cinceladas, portones de madera...). En resumen, no es el medio el que empeora el lenguaje sino el hablante que no es capaz de cambiar de registro.

El comentario, ahora aplicado a las nuevas tecnologías de la comunicación, ya se aplicaba hace años a los rasgos taquigráficos que muchos estudiantes usaban en las aulas para tomar apuntes. Tanto entonces como ahora con los chats y la mensajería instantánea, la clave es la misma: incluir la mayor cantidad de información en el menor tiempo posible. Así pues, el problema no es escribir *pq* en lugar de *porque*, sino emplear esa abreviatura inadecuadamente en otro contexto, como un documento formal o un examen.

Más allá del concepto lingüístico, los medios de comunicación, sean cuales fueren, siempre propician la transmisión de información, y esto es algo positivo.

**Realidad objetiva.-** Puede lograr y vincular a los objetos que se conoce o que este ya tenga existencia, cada persona tiene su realidad objetiva de lo que le rodea dentro de su círculo.

“Si el fotógrafo logra sortear la trampa que le tiende el caos de la realidad, y consigue organizar esa realidad confiriéndole un cierto orden, en ese momento el fotógrafo lograra decir algo al eventual espectador”. Beceyro Raúl (2003).

La noción de realidad se refiere a aquello que dispone de una existencia verdadera o auténtica, en oposición a lo que acontece en el plano de la imaginación o de la fantasía. Objetivo, por su parte, es lo que se refiere a un objeto en sí mismo, dejando de lado los pensamientos, los sentimientos y las emociones propias de la persona.

El concepto de realidad objetiva se vincula a los objetos y sujetos que tienen existencia física (material), más allá de lo que un sujeto conozca o sepa de ellos. La realidad objetiva, por lo tanto, existe aun cuando no tengamos conocimiento de ello.

Una mesa de madera que se encuentra dentro de una casa tiene una existencia real, pertenece a la realidad objetiva. No importa que una, cinco, cien o un millón de personas no tengan idea de su presencia allí: la mesa existe objetivamente.

Es posible decir que la realidad objetiva puede ubicarse en el espacio y en el tiempo, siendo cuantificable y susceptible de medición. Esta realidad es independiente del individuo: siempre se trata de la misma, más allá de quien la perciba.

Si retomamos el ejemplo de la mesa de madera, podría decirse que, en un momento específico (el martes 10 de diciembre de 2014 a las 11 horas, por ejemplo), se encuentra en un determinado lugar (en una vivienda de la Calle 58 al 520 de la ciudad de San Marcos). Esta existencia objetiva va más allá del observador, que puede ser cualquier persona (Juan, Marta, Ricardo, John, Alexis, Jennifer...).

Distinto es el caso de la realidad subjetiva, que depende de la percepción individual. Alguien puede indicar respecto a un partido de fútbol: “La selección de Estados Unidos jugó muy mal”. Este comentario implica una calificación subjetiva y no refiere a una realidad objetiva.

La ciencia se enfoca especialmente en la búsqueda de la realidad objetiva, en conocer la realidad de manera objetiva por medio de la observación de los fenómenos naturales relacionándolos según la dupla causa y efecto. Cuando un suceso puede repetirse indefinidamente sin alterar el resultado, podemos decir que su descripción

es objetiva, aunque esto acarrea la necesidad de una serie de pruebas para encontrar sus límites.

Para poder decir con certeza que el agua hierve a 100 grados centígrados, por ejemplo, es necesario conocer qué ocurre cuando se encuentra a otras temperaturas, cuáles son sus estados y las condiciones para que pase de uno a otro. Este tipo de observación de la naturaleza lleva tiempo, acarrea la necesidad de conocimiento que surge de la experimentación, herramientas que no siempre pueden fabricarse con la tecnología disponible y mucha paciencia y dedicación; en pocas palabras, la realidad objetiva es estricta y rígida, no acepta suposiciones.

El periodismo es otro de los ámbitos en los cuales prima la necesidad de hallar la realidad objetiva detrás de los hechos. A pesar de los ejemplos faltos de ética, que cada vez son más comunes en la era digital, la meta fundamental de los periodistas es comunicar los hechos de la forma más neutral y objetiva posible, sin matices que surjan de sus ideales, sin influenciar el pensamiento de quienes consumen sus artículos.

Una de las tácticas de la manipulación más comunes consiste en alterar la percepción de la realidad para conseguir que la subjetividad se mezcle con la objetividad; por ejemplo, una persona que busca aliados para enfrentarse a un determinado grupo social puede tergiversar una serie de hechos para manchar su imagen y conseguir que resulte repudiable. Los seres humanos somos muy susceptibles a este tipo de accionar, y muchas veces terminamos odiando a seres que no han hecho nada malo, sin siquiera saber por qué.

El valor más clásico de una fotografía, de cualquier fotografía, el más aparentemente real y mayormente reconocido por una tradición que se remonta a los orígenes



mismos del arte fotográfico, es, y tristemente, ha sido, el valor documental (luego explicaremos por qué tristemente).

La ecuación fotografía = documento, no siempre extrapolable a la de film = documento, parece haberse impuesto con el paso del tiempo como un valor seguro por el que todo el mundo quiere apostar. Esto significa básicamente que se identifica la realidad que una fotografía expone a la vista de todos como una REALIDAD, con mayúsculas, tan verídica como la realidad misma. La excitación que acompañó a la invención de la fotografía fue la sensación de que el hombre por primera vez podía ver el mundo como realmente era (Collier 1986: 3). Esta analogía entre imagen y objetividad se traduce en una mala interpretación del valor, esta vez real, de la fotografía. Expliquémoslo.

El engaño al que se ve sometido el ojo que examina una fotografía que muestra parte de una realidad social hace que la mayoría de las veces tal muestra se confunda con la vida misma que se enseña. Pero hace ya tiempo que tanto los historiadores de arte como otros estudiosos de la fotografía como vehículo expresivo han distinguido entre aquello que una fotografía muestra como producto de una cultura y la particular visión/mirada del fotógrafo/a, centrándose en el valor de la fotografía como forma de acercarnos a contextos culturales distintos, ya sean éstos pasados o presentes, más que fijando su atención en la fotografía como texto.

Aunque gran parte de los esfuerzos de la antropología visual se han centrado en esta línea, más en analizar las fotografías históricas como productos culturales que como texto, ha habido varios intentos teóricos que han querido aprovechar la aparente neutralidad de la cámara para su aplicación al estudio del comportamiento social; Desde la perspectiva positivista, la realidad puede ser capturada en una película sin las limitaciones de la conciencia humana (Ruby 1996: 211-230). Los discursos teóricos que han intentado construir un paradigma científico en base a la

objetividad de la cámara (Collier 1986, Wright 1992) no han hecho sino erigir fronteras ficticias entre ámbitos que se superponen y que interactúan: la cultura del que retrata y la cultura del retratado; tal y como nos muestra el pos positivismo y el posmodernismo. La fotografía refleja una imagen de la realidad o lo que se piensa es una realidad objetiva.

La fotografía entonces se convierte tanto en un documento de análisis, así como en un artefacto para producir obras artísticas. La cámara fotográfica es para el fotógrafo la herramienta mínima indispensable, sin importar el uso que este le dé términos de:

-Las técnicas utilizadas

-El método empleado

-La función que se busca cumplir

-La necesidad que desea cubrir

-El Lenguaje visual que vaya a utilizar

Todos estos puntos mencionados están íntimamente ligados y a su vez dependiendo unos de otros; de tal modo que una verdadera fotografía nunca será inocente, tan solo tomar una simple fotografía lleva todo u concepto detrás, un estudio y ensayos previos.

## LA ESTÉTICA

Para ser riguroso y pertinente, el enfoque estético de un objeto tiene que basarse primero en un enfoque sensible de este objeto, y luego en su enfoque teórico. Son fundamentales, en esta propuesta, en la misma medida, el fundamento y el método de la estética.

**El enfoque sensible.-** Cronológicamente, es el primer enfoque que tenemos de una obra. Es el enfoque a través de nuestros sentidos.

Pero no seamos inocentes. El hombre que recibe por primera vez una obra de arte no es virgen de todo pasado, o de todo pensamiento. En efecto, el hombre es el ser del sentido y del significado, quiero decir, de la sensación y del significado. Y la palabra más importante de esta fórmula antropológica es, por supuesto, la palabra “y”. El hombre es el ser del “a la vez”, a la vez receptor de sensación y donador de significado, a la vez gozador de sensaciones e interrogador de significado.

Este enfoque sensible de la obra no es único. Puede tener modalidades diferentes que van desde la recepción sensible, aparentemente total, a la creación sensible e intelectual de nuevas obras: del enfoque acogedor al enfoque creador.

El enfoque creador puede ser una continuación del enfoque acogedor; no lo niega, lo completa, lo corona. Puede ser llevado a cabo de dos formas: Gracias a una combinatoria que, al reunir varias obras, crea un conjunto, incluso una obra. Puse en práctica tal combinación creadora, por ejemplo, como comisario de exposición o director de colección;

Gracias a una creación propiamente dicha de obras nuevas, o sea con “el encargo”, con “el arte potencia de dos”, es decir la creación de una obra a partir de otra obra, con la acción del “recept-autor” de las imágenes numéricas. Llevé a cabo, de forma asidua, encargo y arte potencia de dos.

El enfoque poético es un caso particular del enfoque creador. Es un enfoque mediante el lenguaje en el cual el sujeto ya no está al nivel del idioma o de la reflexión cotidiana, ni al nivel científico, teórico, analítico y conceptual: el sujeto utiliza la imagen, lo imaginario y la metáfora, a veces la ficción, para retener una palabra o producir una escritura que vibra al contacto de la obra. Por ser específico y rico, practiqué este enfoque en cinco de mis libros.

**El enfoque teorético.-** Es llamado “teorético”, el enfoque teórico de una práctica considerada primero como el arte-hecho, o el sin-arte, para distinguirlo del enfoque “estético” que es un enfoque teórico de una práctica considerada primero como el arte-valor, o el arte; por supuesto, estos dos enfoques son teóricos. De esta manera, el enfoque teorético prescinde de la dimensión artística de su objeto.

Puede ser llevado a cabo por la filosofía, las ciencias humanas –como, por ejemplo, la historia o el psicoanálisis-, las ciencias experimentales y las ciencias lógico-matemáticas.

Este enfoque es necesario por tres motivos: libera del idealismo, del subjetivismo y del relativismo, ofrece nuevas representaciones del objeto estudiado, puede ser un fundamento necesario para el enfoque estético, tal como lo experimenté en Estética de la fotografía, Fotografía e inconsciente y Fotografía, conocimiento y existencia. Por ello, el enfoque estético es a la vez existencial, crítico y conceptual: existencial, porque una obra de arte en su creación y su recepción afecta muy de cerca la existencia del sujeto; crítico, porque va más allá de las representaciones

estereotipadas y de los presuntos inmediatos; conceptual, porque busca establecer una teoría gracias a unos conceptos especificados rigurosamente y articulados entre sí. Para desplegarse, la estética cumple tres funciones: la descripción, la problematización y el juicio de valor. La descripción tomará sentido siempre.

**El enfoque estético.-** Este último enfoque se basa en los dos primeros. El que hace investigación en estética tiene que tener primero una relación sensible y existencial con su objeto, y luego realizar sobre ello una reflexión crítica y conceptual practicando un enfoque teórico. Entonces, después de esta antítesis teórica opuesta a la tesis sensible, puede intervenir el tercer momento de la dialéctica, quiero decir la síntesis estética que, gracias a una transformación, reúne lo que ha estado separado y va más allá de lo que ha sido negado.

Por ello, el enfoque estético es a la vez existencial, crítico y conceptual: existencial, porque una obra de arte en su creación y su recepción afecta muy de cerca la existencia del sujeto; crítico, porque va más allá de las representaciones estereotipadas y de los presuntos inmediatos; conceptual, porque busca establecer una teoría gracias a unos conceptos especificados rigurosamente y articulados entre sí. Para desplegarse, la estética cumple tres funciones: la descripción, la problematización y el juicio de valor.

La descripción tomará sentido siempre que se articule con una problematización. Son las dos, realizadas en función de juicios de valor. Es “axiológica” tal orientación de la estética que toma en cuenta la cuestión del juicio de valor. Afirmar la existencia de esta posible dimensión de la estética es doblemente necesario: por una parte es de iure una tarea ideal para cumplir, a pesar de ser de facto difícil y quizás a veces imposible; por otra parte es la condición de posibilidad de una crítica de arte que quiere ser otra cosa que imprecación o anatema, simplificación o arbitrariedad, ideología o moda.

## LA ESTÉTICA DE LA FOTOGRAFÍA

¿Cómo fundar una estética para que sea pertinente y rigurosa? ¿En qué tiene que basarse? No en ella misma: toda auto-fundación es una auto-invalidación. No en el enfoque sensible: ¿Por qué privilegiar tal obra y en nombre de qué afirmar que es una obra? En consecuencia, una estética sólo se puede basar en el enfoque teórico no del arte en cuestión –aquí la fotografía- sino de la técnica que es la condición de este arte, y en la práctica de esta técnica.

¿Cuál es entonces el análisis teórico de la fotografía que puede ser fundador de su estética? El que mejor analice la especificidad de la fotografía, o sea la relación con lo real, la relación con la foto y la relación real / foto. (François Soulages,2012)

**La Estética De La Imagen.-** La estética de la fotografía es una estética regional con respecto a la estética más general que es la de la imagen. Es entonces uno de los pasos necesarios para establecer esta estética de la imagen. Para que se pueda poner en práctica, la estética de la imagen primero debe partir de una serie de aparentes antinomias, luego intentar resolverlas y/o superarlas. (François Soulages,2012)

## INFORMACIÓN

Es una serie de datos organizados con los que se puede describir una situación o hecho. La información permite dar a conocer a un público interesado en ella todos los detalles de determinada circunstancia. En una información, se describen todas las condiciones y características entorno al suceso. Un concepto más general nos indica que la información es el conjunto de ideas que le dan significado a algo y como tal, esta es capaz de definirse por medio de todos los datos suministrados que lo

describen. El modelo de un concepto se diseña partir de la información que se encuentra por medio de la historia, referencias personales, y condiciones en las que se desarrollan las ideas que sustentan el formato.

El lenguaje es un intercambio de información entre entes que se entienden y se simbolizan, animales y humanos son capaces de entenderse entre los de su propia especie, unas especies desarrollan mejores capacidades de compartirse la información. Para generar una información es importante saber para qué público va dirigido, para tener referencia de qué tipo de lenguaje es el correcto para ser usado en la distribución de datos. Los especialistas afirman que existe una relación indisoluble entre la información, los datos, el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje.

La difusión de información a lo largo de la historia ha sido objetos de constantes modificaciones, esto se debe al incesante deseo del humano por expandir sus horizontes, en la edad moderna con el uso de la imprenta se crearon los primeros medios de comunicación impresos, en ellos, la información venia impresa en un papel, de manera precisa y concisa describía sucesos autóctonos y de otras fuentes. Actualmente, una persona de Venezuela se puede enterar con detalle de una información creada en China gracias al Internet, la televisión y la radio.

**Información Directa.-** La información puede ser vista como la organización de ciertos datos en un texto que abarque toda su extensión, además de proveer un análisis claro de lo que ocasiona su surgimiento y las consecuencias que éste trae. Normalmente, se trata de una herramienta de aprendizaje que puede, incluso, modificar el comportamiento del receptor. Existen diversos tipos de información, como lo es la interna, externa, indirecta, privada, pública, selectiva y semántica, cada una con características distintas.

La información directa, por su parte, es aquella que se puede obtener sin investigar o consultar diversas fuentes, para poder absorber todo lo que tiene para ofrecer. Se diferencia por esto de la información indirecta, que se vale de la investigación de las referencias, sugerencias y fuentes consultadas para finalmente obtener la información deseada. Esto puede complicar un poco el proceso de aprendizaje, pero también se pueden empezar a conocer otros hechos relacionados con el tema principal a tratar. (Blanco,1999)

La información directa contiene todo sobre un tema en específico. De igual forma, también reduce el tiempo y todo el proceso que conlleva el realizar un seguimiento detallado a todas las referencias. Cuando se habla de ámbito empresarial, este tipo de documentos facilita el trabajo de quien lo consulta y ayuda de manera notable en el desarrollo de la actividad que se está llevando a cabo. En resumen, la información directa es de las mejores opciones que se tienen al momento de consultar un texto, ya que proporciona toda la información necesaria al instante.

Son las que están directamente involucradas con un hecho inmediato en el momento en que sucedieron los acontecimientos. Estas se subdividen en fuentes de primer orden como los hechos, protagonistas, damnificados y testigos oculares. Las fuentes de segundo orden son las autoridades que en un momento dado son cercanas al hecho, afectados indirectos y expertos en la materia. (Secanella, 1981)

Por ejemplo, en un terremoto las fuentes de primer orden son: El hecho en sí, lugar de los acontecimientos. Los ciudadanos protagonistas donde ocurrió el epicentro, los damnificados de este desastre natural. Las fuentes de segundo orden serían la defensa civil, el gobierno central, el centro de sismología nacional y geólogos expertos en fallas tectónicas. Las Fuentes Directas son las que precisan la información y a las que siempre un periodista deberá acudir para ratificar la información. Se aconseja que se



dialogue con varias fuentes a la vez para tener una mayor aproximación a la verdad y ser más exactos y objetivos en la presentación de los hechos. (Mark Foncover,1980)

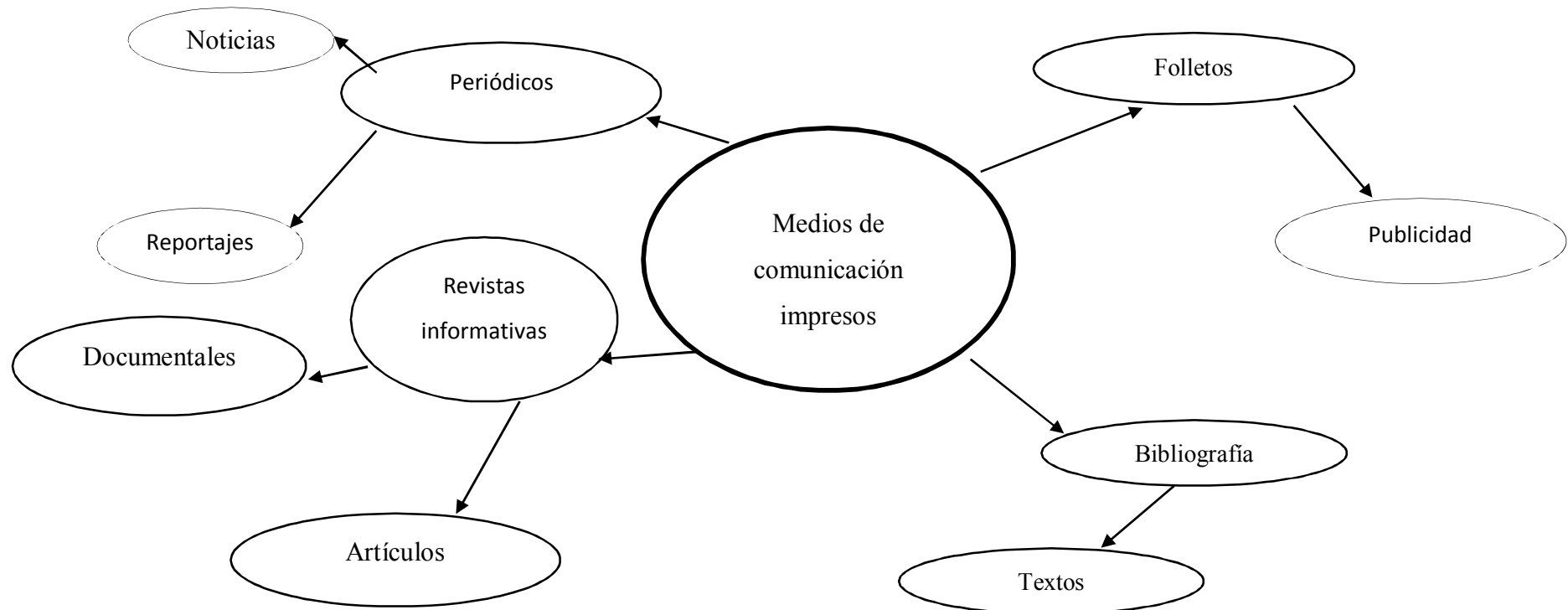
**Información Indirecta.-** La información puede considerarse un mensaje expresó con una serie de símbolos, conformados por un conocimiento literal o abstracto del entorno y lo que éste conlleva; es una organización planeada de todo lo viviente en el ambiente. No siempre se puede ver a la información de la misma manera, pero siempre existe la opción de clasificar de manera conveniente. Naturalmente, ésta puede ser obtenida haciendo uso de muchos recursos algunos sin muchas similitudes entre sí pero al final termina alterando el conocimiento de quien la recibe. (Paez, 2003)

La investigación se remite a ser sólo una herramienta para obtener todo el conocimiento necesario, utilizándose en aquellas situaciones en las que un documento no puede proporcionar por completo los datos que se quieren. Durante este proceso se consultan todas las referencias que pueden contener la información deseada, convirtiéndose esta en la única forma de consultar y nutrirse de los datos que se requieren.

Lo anteriormente mencionado es la principal característica de la información indirecta, siendo ésta aquella que no se obtiene por medio de un solo texto, sino de las referencias que se hacen en este, las cuales deberían investigarse a fondo. Las fuentes consultadas, de igual forma, también pueden aparecer en el texto, pero un párrafo redactado específicamente para ello, destacando el año de lanzamiento del escrito, nombre del autor, casa editorial, el país y la ciudad donde fue escrito inicialmente. Además de eso, también se pueden incluir, dentro del documento, una serie de sugerencias o hechos para el lector, que también podrían contener la información que se desea consultar. (Petito,2008)

## RUEDA DE ATRIBUTOS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

### Constelación de Ideas de la Variable Dependiente



**Gráfico N° 4: Rueda de Atributos de la Variable Dependiente**

**Elaborado por:** Emily Agama

**Fuente:** Observación Directa

## **VARIABLE DEPENDIENTE**

### **Descripción conceptual de la Variable Dependiente.**

**Paradigmas De La Comunicación.-** Con la generación de nuevos criterios, así mismo se hace necesaria la participación de otras disciplinas que ayuden a comprender la complejidad de esta fundamental actividad humana, no olvidemos que además de su constitución compleja el futuro de la comunicación promete el acceso a tecnologías difíciles de imaginar como lo son la realidad virtual, la televisión y el internet interactivo, y los nuevos procesadores inteligentes mismos que ya están planteando un giro de noventa grados hacia lo que se conocía como proceso comunicativo.

La escuela de Palo Alto, Conformado en un principio por el antropólogo Gregory Bateson y su equipo de psiquiatras que estudiaron la comunicación en enfermos mentales. Para este grupo de investigadores la teoría de Shannon ha sido concebida por y para ingenieros de telecomunicaciones y por ello pensaron que la comunicación que debía estudiarse en las ciencias humanas necesitaba seguir un modelo que le fuese propio. (Escuela de Palo Alto,1960)

“De este modo entendieron la comunicación como un proceso social permanente que integraba múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, la mímica y el espacio interindividual. No se trataba de establecer una oposición entre la comunicación verbal y la no verbal: la comunicación es un todo integrado”.

Pinazo & Hernandis (2006)

**Flujos de Comunicación.-** (Habermas Jürgen,1981), se refiere a la "acción simbólica" como a una condición inalienable del funcionamiento de la sociedad que

consiste en la comunicación mutua entre sus miembros considerados como actores sociales. La teoría insiste en el carácter interactivo de la comunicación, que se refiere a la exigencia de que los actores sociales coordinen sus planes respectivos y a la posibilidad de que los ejecuten bajo condiciones de acuerdo. En ellas reside el entendimiento y el éxito de la comunicación”.

(Marx,1844), por su parte, comprendió teóricamente a la comunicación en este sentido más general de interacción entre los individuos, que no se reduce al ámbito de la trasmisión de mensajes, sino que se realiza en un nivel más profundo, se manifiesta en todas las formas a través de las cuales los hombres exteriorizan su personalidad, y continúa existiendo aún a pesar de que "la trasmisión de mensajes" haya cesado.

(Marx,1844) Se refiere al proceso de comunicación usando el término alemán "verkehr" y no el mencionado "communication", para designar una relación social donde los individuos se comportan como sujetos o como objetos. Como se sabe, en la filosofía marxista estas categorías designan funciones y no entidades fijas. Todos estos estudiosos en el proceso de producción, han comprendido que la orientación unilateral hacia la ganancia genera una orientación relacionado y desmedida por la competencia que, contradictoriamente, produce efectos inhibidores sobre los resultados de la producción y sobre la propia ganancia, y que esos efectos tienen que ver con la manera como los individuos entran en el proceso de trabajo, si más abstractamente -considerados sólo como objetos de producción-, o si más concretamente, considerados como sujetos o como personalidades.

**Medios de Comunicación.-** Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad moderna para informar y comunicar contenidos en versión textual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de los textos impresos, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales

**Los medios de comunicación impresos.-** Los medios impresos de comunicación son muy antiguos, los pueblos de la antigüedad dejaban constancia de su vida y costumbres utilizando papiros, códices, pinturas, estelas jeroglíficas.

La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son muy variados y útiles. Con los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicación más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos.

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

Los principales medios de comunicación en la actualidad son: el periódico, los libros, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión e internet. Los satélites, además, han permitido una comunicación más amplia y eficiente especialmente en la televisión y la telefonía.

Para poder entender el carácter y función de los medios masivos de comunicación en nuestra sociedad, necesitamos conocer su historia y desarrollo. Y esta es la finalidad de este especial...pero para comenzar te presentamos una visión general de la evolución que ellos han tenido.

**Evolución de los medios de comunicación.-** La primera etapa de la comunicación fue probablemente la era de los signos y las señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje.

Los antropólogos opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje alrededor de 40.000 años atrás. Para el hombre Cromagnon el lenguaje ya era de uso común. Hace 5.000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una progresiva herramienta del progreso humano. Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos.

Otro de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos. La idea fue concebida por un orfebre, Johann Gutemberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta.(Ponton,2005)

El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas.

En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó extendiéndose luego a las colonias americanas.

En el siglo XIX se habían aportado los primeros medios de comunicación instantánea: el telégrafo por cable (Samuel Morse en 1844) y el telégrafo sin hilos (Guillermo Marconi en 1895). El ingeniero Alexander Graham Bell patentó el teléfono en 1876.

Sobre todo, a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

La primera década del siglo XX aportó muchos perfeccionamientos técnicos, los equipos de radio se hicieron más livianos y poco a poco, la radiotelefonía se generalizó, sobre todo después de la Primera Guerra Mundial.

En 1929, J. Boird basándose en experimentos anteriores consiguió la primera transmisión televisiva, con una imagen muy poco definida. Diversas modificaciones técnicas las fueron perfeccionando y poco después se ponían en marcha las primeras emisiones públicas.

El nuevo medio fue paulatinamente incorporado a los hogares y en el período inicial, tener un televisor era para las familias un símbolo de status.

La televisión se generaliza a partir de la Segunda Guerra Mundial, y la apertura de la llamada “Era Espacial” en 1957 (cuando se puso en órbita el primer satélite artificial) abrió un nuevo panorama, pronto se contó con los primeros satélites de comunicaciones.

El cine fue inventado en 1895 en Francia, por Conisy Auguste Lumiere, y a las primeras versiones de cine “mudo”, se sumaron en las décadas de 1920 y 1930 el cine sonoro, los filmes en color (popularizados luego de la Segunda Guerra Mundial), el cinema Scope y otras técnicas. Su impacto sobre la sociedad fue notable. Cuando se generalizó la televisión, se puso en duda su supervivencia.

El descubrimiento de los electrones, de las ondas electromagnéticas, de los circuitos eléctricos y electrónicos, etc., sirvieron entre finales del siglo XIX y comienzos del XX para la construcción y desarrollo de instrumentos de comunicación preferentemente audiovisuales. El siglo XX fue, en efecto, la era de la electrónica, la era atómica, la era de las comunicaciones, etc. La introducción de nuevas tecnologías modificó la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad. Es el cambio cultural introducido por los nuevos medios de comunicación de masas, lo que va a provocar

las reacciones más dispares, desde el entusiasmo más fervoroso hasta la condena más rigurosa.

Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes de la vida: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc. Uno de los aspectos de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.(Eco,1989)

Cuando el 20 de julio 1969, la primera tripulación humana llega a la Luna, el suceso fue presenciado simultáneamente en todo el planeta, por centenares de millones de personas a través de sus receptores de televisión que captaban lo que estaba ocurriendo a más de 300.000 kilómetros de distancia. La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

## **PERIÓDICOS**

El diario es un medio de comunicación impreso, de aparición diaria, que contiene información sobre todas las áreas temáticas de interés general. Entrega información, opiniones, análisis y artículos entre otros.

Los periódicos son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias, al igual que los diarios. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas, defienden



diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad.

A pesar de la aparición del cine a principios del siglo XX, de la radio en los años veinte, de la televisión en los cuarenta y de nuevas tecnologías como Internet, los diarios y periódicos siguen constituyendo una fuente primordial de información.

Un periódico es un medio masivo de comunicación que circula en las ciudades o pueblos de forma impresa en una o varias páginas, que combina elementos de escritura y de fotografía. Tal como lo indica su nombre, los periódicos se entregan de manera periódica o regular, generalmente a diario o también semanalmente, quincenalmente o una vez por mes. La palabra periódico también se puede utilizar para la designación matemática de números con determinada periodicidad

Prácticamente todos los países del mundo cuentan con publicaciones de periódicos de diversa índole. Sobre todo en los países occidentales que cuentan con leyes de protección a la libertad de expresión y al derecho a la información. Los periódicos, también conocidos como diarios, cuentan con una larga historia, que ha visto su máximo esplendor a fines del siglo XIX y durante todo el siglo XX.

**Los primeros periódicos y su formato actual.-** Desde que el hombre vive en sociedad y conforma mancomunadamente una esfera pública, la información tiene un valor y una importancia fundamental, sobre todo conocida en tiempo y forma. Es por eso que desde los inicios del Imperio Romano que ya existían publicaciones escritas en antiguos medios que eran distribuidas entre los principales gobernantes. Con la invención de la imprenta y la masificación de las zonas urbanas, comenzaron a existir proclamas, manifiestos y anuncios de diversas índoles, que eran leídas o

distribuidas en la población, generalmente conocidas como gacetillas. Con el advenimiento de la revolución industrial y los grandes asentamientos en la ciudad, comenzaron a existir empresas mediáticas dedicadas a la profesión del periodismo, que realizaban de forma continua y diaria la elaboración de varias páginas impresas en papel barato y en blanco y negro, escritas con los sucesos que afectaban la política, la economía, los eventos policiales y las noticias deportivas de cada ciudad.

La base de la existencia de los periódicos es la labor de quienes redactan las notas y artículos, que por lo general son periodistas de profesión, aunque muchas veces escriben todo tipo de personas que sean idóneas en un tema. Trabajan en una redacción, donde llegan cables con novedades de todo el mundo, que son desarrolladas con máxima premura. Quienes controlan y deciden qué es una noticia y qué no son los jefes de redacción y editores, responsables legales por lo que se expresa en un medio.

Más allá de la parte humana, son bien conocidas las máquinas que hacen posible la aparición de los periódicos todos los días. Los famosos rodillos, prensas y rotativas son las partes que componen las grandes impresoras que trabajan de noche la mayor parte del tiempo.

Un periódico cuenta con diferentes secciones y suplementos, y es una fuente catalizadora no sólo de información y entretenimiento, sino que también canaliza y expone cuestiones sociales sensibles: existen múltiples casos donde el periodismo juega un papel clave en procesos sociales y contiene o promueve manifestaciones colectivas que luego tienen un fuerte impacto en el devenir político de un país. Es por esto que la libertad de expresión es fundamental en el progreso de un país, ya que la voz de un periódico es también la voz del pueblo.

## LA NOTICIA

Es noticia todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social. (FONTCUBERTA, 1980. p. 9) Etimológicamente noticia procede de la palabra nova que significa cosas nuevas. Su propósito consiste en informar de un acontecimiento noticioso oportunamente, aunque Carl Warren, 1979 considera que noticia puede ser aquello que le interesa publicar al director de una redacción. (WARREN, C., Barcelona, 1979. p. 31.)

Uno de los autores más clásicos del periodismo, Emil Dovifat, afirma que la noticia constituye una «comunicación sobre los hechos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad» y considera que deberá ser:

- De utilidad y valor para el receptor.
- Nueva, es decir, recién transmitida.

Ser comunicada a través de un tercero y, por consiguiente, expuesta a la influencia subjetiva de éste. Esta influencia, que abarca desde el error inconsciente hasta la orientación consciente de la misma, está destinada a provocar en el receptor una determinada decisión. (DOVIFAT, E.: Periodismo, Op. Cit., p. 51-52.)

Martínez Albertos define la noticia como "Un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión". (MARTINEZ ALBERTOS, J.L., ATE, 1974. p. 37.)

Para investigar una noticia el periodista tiene en cuenta varias preguntas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y al responder a ellas se obtiene información completa. La respuesta al qué se refiere al suceso, al acontecimiento que se considera de interés como para comunicarlo. El quién completa la información aclarando la persona que es el sujeto de la acción. También las demás preguntas precisan detalles en relación con el suceso y completan la noticia.

La estructura de la noticia depende, en general, del espacio y del tiempo disponible al que deberá ajustarse el periodista. Así con relación al espacio y el tiempo la forma más común de la información es de pirámide invertida.

En la entrada, las primeras líneas, se escriben los detalles más importantes de la información de manera que con sólo leer esta parte, el lector se entera genéricamente de lo que sucede. Posteriormente se desarrolla el suceso, para dar paso a todos los datos secundarios que en un momento dado pueden llegar a suprimirse sin que pierda sentido el contenido de la noticia.

## **EL REPORTAJE**

"La literatura, la creación literaria, es un lujo, el periodismo es una necesidad" (Gonzalo Martín Vivaldi. 1995) Empezaremos por decir que el reportaje es el género mayor del periodismo y el más completo de todos. Sin embargo, debido a la versatilidad de este género periodístico y a las diversas formas que adopta en función de los asuntos que lo motivan, es decir, según el tema que aborde y los objetivos que persiga, es difícil establecer una definición que sintetice de manera clara y concisa lo que significa e incluye este género periodístico.

La palabra reportaje tiene un origen etimológico poco claro. Se sabe que procede del francés y se define como un informe o un relato acerca de un hecho.

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) en su diccionario en línea señala que el concepto de reportaje es el siguiente: Trabajo periodístico, cinematográfico, etc., de carácter informativo.

Y expone un término derivado que es el de REPORTAJE GRÁFICO:

**Reportaje gráfico:** Conjunto de fotografías que aparece en un periódico o revista sobre un suceso. El desaparecido periodista y catedrático (Gonzalo Martín Vivaldi,1986) afirma en uno de sus libros, en cuanto al reportaje, lo siguiente:

“(El reportaje) es un género periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modelo, y redactado preferentemente en estilo directo. El reportaje es el género periodístico por excelencia, ya que todo lo que no sea comentario, crónica o artículo, es reportaje, que en sentido lato equivale a información”.

En su libro “Redacción para periodistas” (p. 65), los especialistas (Juan Cantavella y José Francisco Serrano,2004) establecen algunos rasgos distintivos del reportaje:

- 1) El reportaje explica hechos actuales que algunas veces pueden haber dejado de ser noticia. Debe trabajarse con hechos desconocidos, aunque no sean actuales. El reportaje desarrolla los hechos noticiosos y expone sus elementos y circunstancias explicativas.
- 2) El estilo literario es también informativo, ya sea de primero o segundo nivel, según sea el tipo de reportaje, objetivo o interpretativo. En el caso del reportaje objetivo hay muchas similitudes con la nota informativa (información), ya que en ambos casos el reportero tiene la preocupación de ajustarse a los hechos y no emitir una opinión propia.
- 3) La actitud psicológica del periodista es informativa (objetiva) o interpretativa, según el reportaje que vaya a escribir.

4) En las redacciones de los medios escritos, estos géneros son encargados a los reporteros. Las agencias noticiosas explotan poco el reportaje, ya que habitualmente producen despachos informativos (notas informativas).

Por su parte, el periodista Carlos Marín califica al REPORTAJE como el mayor de todos los géneros periodísticos y por consecuencia el más completo.

El reportaje, dice Marín, echa mano de los otros géneros periodísticos y sus cualidades: de la nota informativa toma su capacidad de revelar asuntos nuevos; de la entrevista tiene su vivacidad y la amplia posibilidad de retratar a personajes; de la crónica utiliza el relato secuencial de hechos; del artículo asume la tarea de analizar y desglosar hechos y expresiones; y finalmente, de las columnas toma la acción de opinar e interpretar los acontecimientos.

Y todavía más, el reportaje no se queda sólo en asumir y explorar las posibilidades de los diversos géneros periodísticos, sino que además se sirve de algunos géneros literarios, de tal manera que un buen reportaje se puede estructurar, en su redacción, como un cuento, una novela corta, una comedia o un drama teatral.

Mediante el reportaje, el periodista tiene también la enorme oportunidad de practicar el ensayo, de recurrir a la archivonomía, a la investigación hemerográfica y a la historia.

Un reportaje (concepto que tiene su origen en el vocablo italiano reportagio) constituye un trabajo periodístico, cinematográfico o de otro género que posee una finalidad informativa. En algunos casos se encuentra representado por textos (entrevista publicada en un periódico), en otros por una secuencia de imágenes (una secuencia de imágenes sobre un tema) y en otros, lo hace a través de un vídeo

donde se realiza una nota informativa sobre algo (entrevista en un programa de la tele).

El empleo más común del término refiere al relato periodístico de historias protagonizadas por individuos que residen en un determinado entorno donde existe una historia importante que contar. En este caso, el reportaje es un testimonio que permite narrar, con palabras, imágenes y sonidos según el medio, algún episodio de relevancia pública, dándolo a conocer desde la experiencia del pueblo. Por lo general, contempla las observaciones personales y directas del periodista que lo realiza.

De todas formas, no es éste el único tipo de reportaje, existen otros tales como: el científico (permite destacar los progresos y hallazgos científicos más recientes), el explicativo (permite indagar sobre sucesos importantes o interesantes para la opinión pública), el investigativo (busca captar detalles desconocidos sobre un hecho específico), el reportaje de interés humano (gira en torno a un individuo, pueblo, colectividad o comunidad) y el reportaje libre (presenta una estructura a elección y suele ser de extensión corta).

En lo que respecta a su estructura, el reportaje puede presentar variadas formas, ya que permite integrar diversas posibilidades narrativas, siempre que no se altere la veracidad del relato. En algunos casos se vale de recursos periodísticos, los cuales ayudan a explicar con mejor claridad el tema que se aborda; las encuestas y las entrevistas constituyen dos recursos muy utilizados por el reportaje para mostrar acontecimientos.

Pese a que el reportaje no se encuentra incluido en ninguno de los géneros literarios existentes hasta el momento, cabe señalar que, el escritor colombiano (Gabriel García Márquez, 2001) sí considera que se trata de un género literario, que podría ser

vecino a la crónica. Un género que hace uso de materiales propios del plano real para convertirse en un texto de carácter literario.

**Las bases de un buen reportaje.-** Los consejos que deben tenerse en cuenta a la hora de realizar un reportaje son:

\*Realizar una clara introducción al tema que va a tratarse (en caso de realizar una entrevista, contar previamente a los oyentes o lectores quién es esa persona y sobre qué va a charlar en dicho encuentro);

\*Utilizar un lenguaje atractivo para los espectadores (prestar especial atención al tono de voz, a los ritmos tanto al hablar como al escribir, de modo que quien está del otro lado tenga interés en permanecer escuchando o leyendo);

\*Ampliar lo más posible el tema a tratar (desarrollar con todo el detalle que se pueda el contenido de la nota a fin de que quien está del otro lado se entere de verdad de lo que se está hablando);

\*Manifestar el punto de vista que se tiene (la opinión de quien realiza el reportaje debe estar basada en hechos, haber sido analizada con detenimiento y mostrarse de forma clara, además debe aclararse de que se trata de una opinión tan válida como la de todos los demás).

Para conseguir desarrollar de la mejor forma posible estos puntos es importante tener mucha más información que la que se dará, a fin de saber responder a las inquietudes de los demás con la mayor exactitud posible, para ello hace falta leer mucho y buscar todos los datos que se puedan sobre el tema para dominarlo de la mejor manera. Puede servir también realizar un esquema del tema a tratar, con los subtemas a fin de que la información se brinde de forma clara y ordenada.

El concepto de reportaje multimedia hace referencia a una pieza de carácter periodístico que combina diferentes elementos (herramientas, géneros periodísticos y



formas de expresión). Se denomina así por el gran impacto que los medios digitales han tenido sobre la información, haciendo que en los últimos años la implicación de los medios online en el desarrollo de la información haya creado nuevas formas de comunicación. De este modo, los periódicos se han convertido no sólo en hojas donde se lee lo que sucede, sino que además comparten vídeos, enlaces y todo tipo de contenido sólo posible gracias a Internet.

Para terminar, es importante distinguir entre el reportaje y el documental. Mientras que el primero toca temas de actualidad, el segundo es atemporal y, por ende, narra acontecimientos que, si bien pueden haber tenido una consecuencia en la realidad, se encuentran lejanos a ella. Por su parte, el informe, es un género que se utiliza para anunciar acontecimientos y ampliar ciertas noticias, funcionando como nexo entre dos momentos de la actualidad.

## **REVISTAS INFORMATIVAS**

El valor figurativo de una revista trasciende su valor material, ya que sus características particulares e individuales la hacen única en cada publicación y su esencia va evolucionando en el tiempo recreando una conexión directa con su lector, ya que como menciona Sugar (2001, p.132) “la revista es la conversación continua con los lectores”; por lo que una revista más que un objeto, representa es un estilo de vida.

Físicamente la revista es un conjunto de hojas impresas, agrupadas en orden progresivo, fijadas por diferentes medios y protegidas por una cubierta de estilo que define el diseñador de la revista. Tiene un título permanente que la caracterizará a lo largo de su tiraje, con su portada y contraportada correspondiente, y es de un tamaño variable. De acuerdo con la empresa editorial, la periodicidad de la revista dependerá de su estructura y organización en torno a sus objetivos específicos, ya que puede ser

semanal, quincenal, mensual, trimestral, entre otras, dependiendo del tiempo de elaboración o producción de la misma o del tipo de público al que esté dirigida.

El nombre revista, proviene de revisar o rever, esto significa: volver a ver para revisar. Las revistas como tal, pudieran ser la sucesión del mismo periódico o sin lugar a dudas de los libros, sin embargo, con propiedades más refinadas que estas dos; y es que sus características físicas y editoriales engloban toda una serie de atributos dependientes de analogías dentro de los medios impresos, que van desde el uso de variantes tipográficas, tintas, calidades de papel, gramajes, encuadernaciones, y otros más; inclusive pueden abarcar una serie de genealogías, que van desde temas generales a temas específicos: deportes, moda, temas sociales, científicos, tecnológicos, históricos, música, artes, entre otros.

Entre los componentes más importantes dentro del aspecto visual que engloba a la revista, se encuentran la tipografía y la fotografía o imagen, cuya intersección hace que una publicación sea diferente en cada artículo, sección y tiraje (Leslie, 2000).

Una revista se reinventa con cada número que sale publicado, y según Cowles (2003, p.8) “la clave para conseguir que una revista sea una marca está en la coherencia. Tiene que ser siempre la misma, y al mismo tiempo siempre cambiante”. Claro está que siempre debe guardar su esencia mientras la evolución de su diseño rebasa los estándares y cree desafíos en cada nueva edición.

La dirección de una revista está determinada por su mercado meta, el cual compra la publicación con el propósito de encontrar material de interés específico; siendo que su permanencia o tiempo de vida es igual de largo que cualquier otra publicación informativa. Una vez determinado y analizado el mercado al cual estará sometido el tiraje de la revista, esta tendrá que ser constante para abarcar todos los puntos de venta que se pretendan cubrir. El tiraje siempre estará condicionado por el tipo de

impresión elegido para su reproducción, por lo tanto, es un factor determinante el conocer los alcances y limitaciones de riesgo que existen en los diferentes sistemas y equipos de impresión, ya que la calidad y la rapidez requerida pudieran ser afectadas por factores adversos a la misma si no se prevén con anterioridad

Su clasificación está determinada por su contenido editorial, es decir, el tipo de artículos, ilustraciones o secciones, y varía dependiendo de las tendencias políticas, sociales o económicas del medio en el cual se encuentra el destinatario final.

Las revistas pueden enfocarse en toda una gama de temas, como lo son: noticias, deportes, entretenimiento, ciencia, crítica, análisis, orientación, por mencionar algunos. Así que mientras la revista compite con otros medios de comunicación, también compite en sus características individuales con otras revistas, en contenido, diseño, periodicidad, tamaño e imagen.

Una característica principal del atractivo de una publicación es su portada, ya que son como carteles de menor formato, pero con el mismo valor visual, por que más que ser leídas, a simple vista tienen el poder de cautivar, y de ahí que el interés por obtener la revista sobre pase su propio costo (White, 1982).

La portada de una revista entra por la mirada juiciosa del espectador, siendo éste, el primer estereotipo visual que engloba la síntesis de todo su contenido, ya que simultáneamente el contenido y la portada en sí mismos pueden ser un complemento o no, dependiendo de la manipulación de su diseño, ya que, si la portada no es lo suficientemente fuerte como para captar la atención o fascinación de su lector, pierde magnitud de persuasión y este no abrirá la revista. La esencia de una portada se encuentra en los elementos tipográficos, más aún que en la fotografía o la ilustración, ya que transmiten el significado en el cual el lector está interesado; puesto que una

mala composición tipográfica desmaterializa la imagen que se encuentra detrás de ella, dejando finalmente de informar en conjunto.

El contenido de una revista, puede ser para su lector, de interés informativo o de entretenimiento, todo dependerá de su estilo o propuesta editorial. En general, las características editoriales de una revista dependen en primera instancia del diseñador y su editor, quienes deciden las dimensiones que adquirirá su publicación periódicamente; sin embargo, de igual manera los artículos manejados por su misma magnitud, también podrá decidir la forma de presentarse. En gran medida, las proporciones del formato quedan estandarizadas por la solvencia económica de la empresa editorial. Finalmente, una revista termina siendo abordada por su lector desde cualquier ángulo, puesto que es él quien decide cómo manejarla y qué hacer con ella antes y después de leerla.

Las nuevas publicaciones están llenas de imágenes; estas son el motor visual que mueven, inducen y atraen miradas, definen y muestran el valor de la publicación. Algunas publicaciones gritan ser vistas, otras son absorbidas por la competencia y se pierden entre la inmensidad del punto de venta y otras más pasan desapercibidas debido a la relatividad de su contenido e imagen, sin embargo, siguen formando parte de nuestra cultura visual, informativa y de entretenimiento.

La lucha constante de una revista hoy en día es, sin lugar a dudas, consolidar su marca en el mercado, ya que como lo garantiza el Dr. Husni (2001, p.8) “una revista tiene 2,5 segundos para llamar la atención de lector en el quiosco”; por lo tanto la potencialidad y cualidades de una publicación deben ser lo suficientemente llamativas para captar la atención de su lector sobre todas las demás revistas que se encuentren a su alrededor, ya que de cada 10 revistas que salen al mercado sólo 7 sobreviven (Díaz,2006).

Debido al constante crecimiento del campo digital y de las tecnologías de publicación, el diseñador ha podido incrementar y tener mayor control sobre los procesos de producción, reduciendo el costo del mismo, creando nuevos conceptos de distribución y haciendo uso de materiales que llegan a ser más económicos a la hora de la fabricación y por ende para el mismo consumidor. Esto trae en consecuencia un mayor nivel de aceptación por la calidad de la publicación y de su bajo costo; tal aceleración social y tecnológica debe ser tomada con indulgencia, previniendo y reforzando las necesidades de la revista, así lo afirma Gäde (2002, p.9) “y aunque las formas y los contenidos de los medios de comunicación estás sujetos a cambios, ya que la sociedad está modificando continuamente sus actitudes, exigencias y costumbres en el campo de la comunicación; tales cambios han de ser pausados y discretos, sin destruir o deformar ese carácter inconfundible que tanto respetan y aprecian la mayoría de los lectores habituales de una publicación”.

Las revistas en la actualidad, se encuentran monopolizadas por la mercadotecnia y comercialización, muchas de ellas utilizan complejas estrategias de mercado para lograr su posicionamiento y otras tantas se valen de la publicidad de productos dentro de ellas para adquirir un valor y status en el mundo de las revistas; sin embargo todas ellas tratan asuntos de moda y dejan a un lado las otras tantas necesidades e inquietudes del consumidor; y sólo un pequeño porcentaje de las revistas tratan temas especializados, que de alguna manera atacan un campo totalmente específico de lectores sin dejar entrar a posibles consumidores que pudieran estar interesados en su contenido.

Desgraciadamente la publicidad se ha convertido en el sustento económico de las revistas actuales, y es que depende de ellas -en cierto nivel- su existencia, debido a la gran competitividad de las mismas, sin embargo, aunque si es necesaria la utilización de la publicidad en toda publicación periódica, no debe ser nunca la base de su contenido, sino más bien debe ser un segundo recurso, que bien sustentado, permita que la revista siga permanente en el mercado. Un factor determinante en la caída aglomerada de muchas de las publicaciones, es la falta de un análisis correcto del

mercado consumidor y las estrategias que deben ser usadas para lograr su objetivo, ya que existe un público para toda clase de temas, de menor a mayor cantidad. Otro de los factores, es que muchas de las publicaciones no se diferencian entre sí, carecen de una identidad lo suficientemente fuerte y tienden a caer en diseños monótonos o clásicos y muy extravagantes o complicados; y finalmente en otras tantas de ellas influye desde luego, la tendencia que marque la sociedad actual y simplemente se convierten en una especie de moda pasajera.

Un factor determinante en la caída aglomerada de muchas de las publicaciones, es la falta de un análisis correcto del mercado consumidor y las estrategias que deben ser usadas para lograr su objetivo, ya que existe un público para toda clase de temas, de menor a mayor cantidad.

Otro de los factores, es que muchas de las publicaciones no se diferencian entre sí, carecen de una identidad lo suficientemente fuerte y tienden a caer en diseños monótonos o clásicos y muy extravagantes o complicados; y finalmente en otras tantas de ellas influye desde luego, la tendencia que marque la sociedad actual y simplemente se convierten en una especie de moda pasajera.

El diseñador ha de jugar un papel importantísimo en el desarrollo de las nuevas publicaciones comerciales, ya que de sus estrategias de diseño depende la supervivencia o declive de la revista, así como añade King (2001, p.11) “los buenos diseñadores están siempre poniendo en tela de juicio sus decisiones, buscando las razones que hay detrás de las mismas y comprobando que contribuyan al bien común de la revista”.

## **HIPÓTESIS**

La práctica empírica del fotoperiodismo incide en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.

## **SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**Variable Independiente:** El Fotoperiodismo.

**Variable Dependiente:** Medios de Comunicación Impresos.

**Termino de relación** Incide en.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación está basada en principios del paradigma Cualitativo y Cuantitativo ya que el trabajo está sustentado en lo interno y el externo del fenómeno de investigación, a la vez apoyado con la corriente filosófica Critico Propósito, que ayudara a cuestionar y dar respuestas al tema.

#### **MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **DE CAMPO**

Porque la investigadora ha acudido a recabar información en el lugar donde se producen los hechos, para así poder actuar en el contexto y transformar una realidad.

En la presente investigación se ha recorrido los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato, todo esto basado en la presente modalidad de investigación para poder cubrir las dudas y clarificar aspectos de la problemática puesta en escena, para así poder determinar proyecciones del actuar de los profesionales de la comunicación en sus medios.



## **BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL**

Porque el trabajo de grado tiene información secundaria sobre el tema de investigación obtenidos a través de libros, textos, módulos, periódicos, revistas, Internet, encuestas, entrevistas tornándose esta investigación en una realidad objetiva.

## **NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se aplicará será el descriptivo y el de Asociación de variables por cuanto la investigación tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo.

## **INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Mendez (2001) manifiesta que el estudio descriptivo identifica características del universo investigación, señala formas de conducta y actitudes de ese universo investigado, estableciendo comportamientos.

Para fortalecer el conocimiento se empleará la Investigación Descriptiva, a través de la cual se describirá todos los hechos y características más sobresalientes que se produzcan en relación a los Conocimientos en la Comunicación Social.

## **ASOCIACIÓN DE VARIABLES**

La investigación llevará a nivel de Asociación de variables, porque permite estructurar predicciones, a través de la medición de relaciones entre variables. Además, se puede medir el grado de relación entre variables y a partir de ello, determinar tendencias o modelos de comportamiento mayoritario.

## INVESTIGACIÓN EXPLORATIVA

La presente investigación se desarrolla para conocer en forma veraz sobre la problemática existente, la misma que ha sido poco estudiada, la información se obtendrá de fuentes documentales.

### POBLACIÓN Y MUESTRA

**POBLACIÓN:** "Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones". Sampieri, (2002). Se puede manifestar que para el desarrollo de la investigación es necesario determinar la población y la muestra con la que se va a trabajar, con quienes se va a llevar a cabo el estudio de la investigación. Así que se procede a detallar la población de esta investigación, que tiene características finitas y está clasificada de la siguiente manera:

**Cuadro N° 1 Recolección de la información.**

<b>Unidades de Observación</b>	<b>Fotógrafos Profesionales</b>	<b>Fotógrafos Aficionados</b>	<b>Fotoperiodistas</b>	<b>TOTAL</b>
La Hora	1	6		7
El Heraldo	2	9		11
El Ambateño	2	12		14
TOTAL	5	27	0	32

**Fuente:** Emily Agama  
**Investigadora:** Emily Agama  
**Elaboración:** Emily Agama

### MUESTRA:

El número final del tamaño de la muestra es 32, por lo tanto, se debe recolectar dicha cantidad de encuestas para la recolección y procesamiento de información.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro N° 2 **Variable Independiente:** El fotoperiodismo

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
El fotoperiodismo realizado específicamente por comunicadores y fotógrafos netamente profesionales, que mediante un procedimiento correcto de expresión de imágenes interpretan la realidad social, al través de discursos simbólicos y estructuras formales específicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Comunicadores y fotógrafos</li> <li>❖ Expresión de imágenes</li> <li>❖ Discursos simbólicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Redactores</li> <li>❖ Libretistas</li> <li>❖ Entrevistadores</li> <li>❖ Fotógrafos</li> <li>❖ Figuras</li> <li>❖ Apariencia</li> <li>❖ Representación</li> <li>❖ Percepción</li> <li>❖ Lenguaje</li> <li>❖ Crítica</li> </ul>	<p>¿Cree que un fotógrafo debe ser periodista para que una noticia este bien estructurada?</p> <p>¿Cree que es importante la contextualización de un texto a través de una imagen?</p> <p>¿Qué importancia le dan los medios de comunicación impresos a las representaciones de un hecho en una noticia?</p> <p>¿Cree que los medios impresos estimulan a los lectores por medio de las imágenes?</p> <p>¿Cree que el nivel de percepción en una imagen alcanza el texto de la noticia?</p> <p>¿Existe un nivel de crítica a través de una imagen plasmada en un periódico?</p>	Las técnicas a utilizarse son la encuesta con el instrumento del cuestionario y la entrevista con su guía de entrevista debidamente estructurada.

**Fuente: Emily Agama**  
**Investigadora: Emily Agama**  
**Elaboración: Emily Agama**

CuadroN° 3 **Variable Dependiente:** Medios de Comunicación Impresos.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Los medios de comunicación impresos, son de aparición diaria, que además proporciona información, opiniones, análisis y artículos entre otros y su contenido se basa en texto e imágenes sobre temáticas de interés general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Aparición diaria</li> <li>❖ Texto e imágenes</li> <li>❖ Temáticas de interés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Interacción</li> <li>❖ Ilustración</li> <li>❖ Realidad</li> <li>❖ Información</li> <li>❖ Opinión</li> </ul>	<p>¿Considera que es importante la interacción de los lectores con el medio escrito?</p> <p>¿Cree que la ilustración por medio de una imagen causa eficacia en una noticia?</p> <p>¿Está de acuerdo que la fotografía es un método para transmitir la realidad de un hecho?</p> <p>¿Qué importancia se le da a la fotografía para plasmar la información noticiosa?</p>	Las técnicas a utilizarse son la encuesta con el instrumento del cuestionario y la entrevista con su guía de entrevista debidamente estructurada.

**Fuente:** Emily Agama  
**Investigadora:** Emily Agama  
**Elaboración:** Emily Agama

## TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas e instrumentos que se utilizarán en esta investigación serán: la encuesta y la entrevista. Con este proceso se conocerán los distintos puntos de vista de los profesionales en el periodismo y la fotografía.

### PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

“La construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información”

Herrera Medina, & Naranjo (2004). Es relevante tomar en cuenta el enfoque seleccionado para desarrollar el plan sustancial para responder a las siguientes preguntas.

#### CuadroN° 4 Preguntas básicas para recolección de datos

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIONES</b>
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas u objetos	Fotógrafos, periodistas.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores
4.- ¿Quién?	Investigadora, Emily Agama.
5.- ¿Cuándo?	Periodo Octubre 2015-Marzo 2016
6.- ¿Dónde?	Medios Impresos de la ciudad de Ambato.
7.- ¿Cuántas veces?	Una sola vez.
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas y entrevistas
9.- ¿Con qué?	Guía de entrevista y cuestionarios.
10.- ¿En qué situación?	Visita a las unidades de observación.

**Fuente: Emily Agama**  
**Investigadora: Emily Agama**  
**Elaboración: Emily Agama**

## **PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN**

- Revisión crítica de la información recogida; es decir, limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la información, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros.
- Estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis, para la verificación estadística, conviene seguir la asesoría de un especialista.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

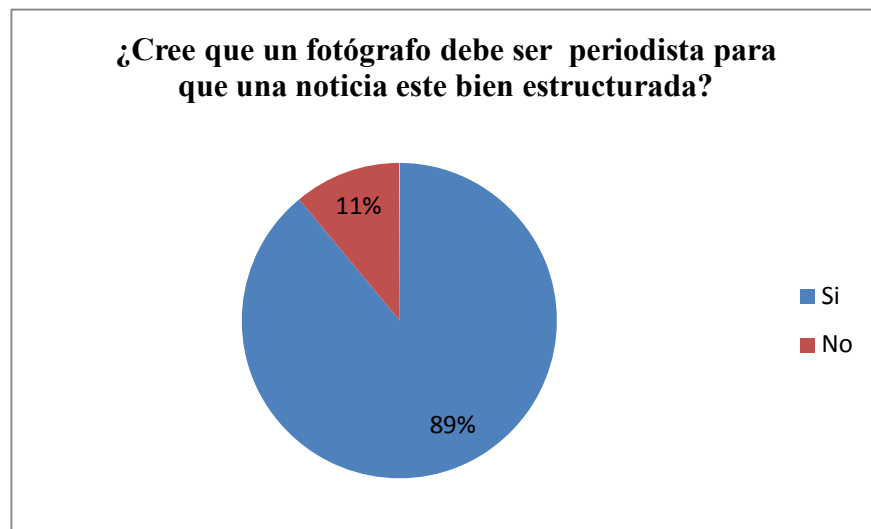
## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.- ¿Cree que un fotógrafo debe ser periodista para que una noticia este bien estructurada?

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	26	89%
No	3	11%

**Cuadro N° 5: Interpretación de Resultados-Identificación**  
Elaborado por: Emily Agama  
Fuente: Encuesta



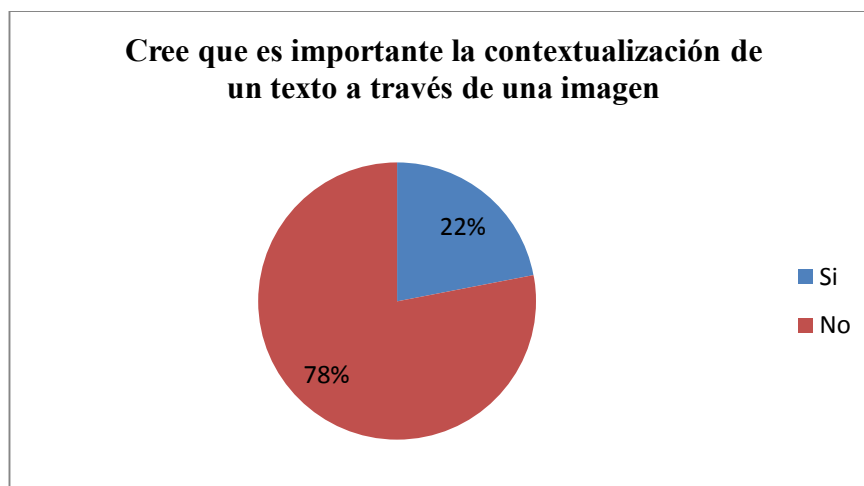
**Gráfico N°5: Interpretación de Resultados-Identificación**  
Elaborado por: Emily Agama  
Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Identificación

**Análisis e interpretación.-** El 89% de los encuestados piensa que un fotógrafo debe ser periodista para que una noticia este bien estructurada, mientras que el otro 11% no lo considera de esa manera. La realidad de la pregunta pon e en evidencia que el profesionalismo del fotógrafo debe tener una validez de base profesional.

**2 ¿Cree que es importante la contextualización de un texto a través de una imagen?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	86%
No	4	14%

**Cuadro N° 6: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Encuesta**



**Gráfico N° 6: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios**

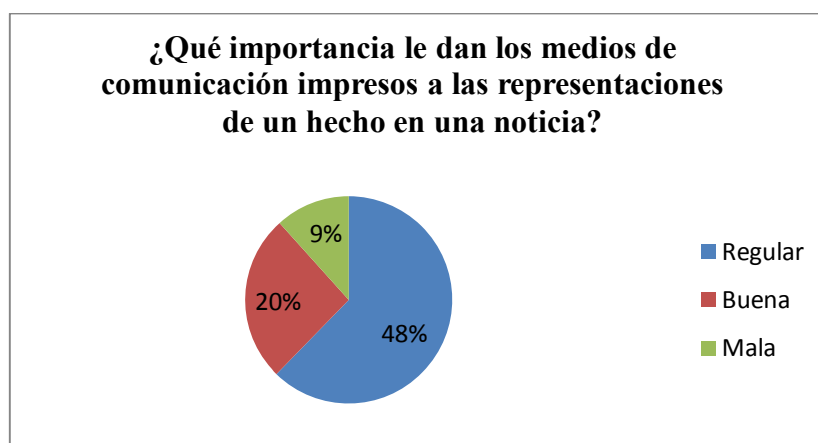
**Análisis e interpretación.-** El 78% no cree que sea importante la contextualización de un texto a través de una imagen, mientras que el 22% si, el resultado demuestra que la fotografía no debe tener un contexto en específico lo que revela el poco interés que existe de la misma en la noticia por lo que se le da menor prioridad.



**3. ¿Qué importancia le dan los medios de comunicación impresos a las representaciones de un hecho en una noticia?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	14	48%
Buena	6	20%
Mala	9	32%

**Cuadro N° 7: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios 2**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Encuesta**



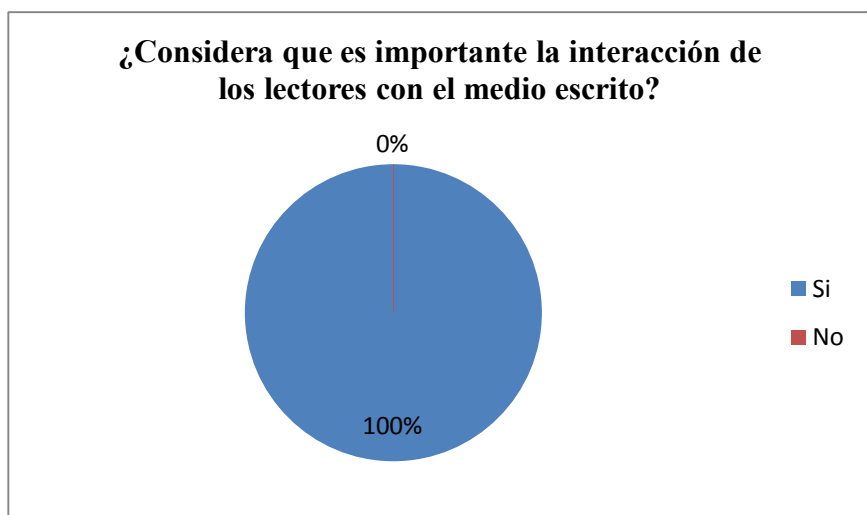
**Gráfico N° 7: Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios 2**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Servicios y Beneficios 2**

**Análisis e interpretación.-** El 9% de la encuesta muestra que la importancia que le dan los medios de comunicación impresos a las representaciones de un hecho en una noticia es Mala, el 20% Buena, 48 Regular, en tal virtud la mayoría piensa que los medios de información solo se preocupan en el contenido y no en la forma ni en la estética gráfica.

**4. ¿Considera que es importante la interacción de los lectores con el medio escrito?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	29	100%
No	0	0%

**Cuadro N° 8: Interpretación de Resultados-Representatividad**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Encuesta**



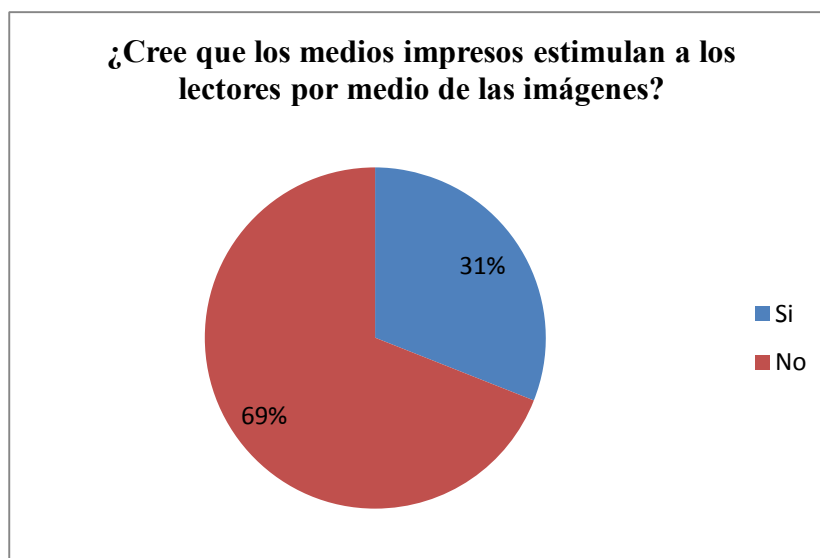
**Gráfico N° 8: Interpretación de Resultados-Representatividad**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Representatividad**

**Análisis e interpretación.-** Según develan los resultados en un 100% dan a conocer que el feed-back es necesario para poder tener clara la idea de los lectores hacia el medio lo cual potencializa el nombre de la empresa y refleja la buena información del medio informativo.

**5. ¿Cree que los medios impresos estimulan a los lectores por medio de las imágenes?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	31%
No	20	69%

**Cuadro N° 9: Interpretación de Resultados-Comunicación Externa**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Encuesta**



**Gráfico N° 9: Interpretación de Resultados-Comunicación Externa**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Comunicación Externa**

**Análisis e interpretación.-** La población encuestada ha elegido que la mayoría en un 69% de medios impresos estimulan a los lectores por medio de las imágenes y el 31% ha optado por un no en la pregunta, la mayoría indicada presume que las imágenes mostradas a través de los medios son vistas para que el lector vea al periódico de manera más agradable y los mismo se sientan atraídos a la noticia.

**6. ¿Cree usted que una fotografía puede reemplazar el texto de la noticia?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	87%
No	4	13%

**Cuadro N° 10: Interpretación de Resultados-Publicidad**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Encuesta**



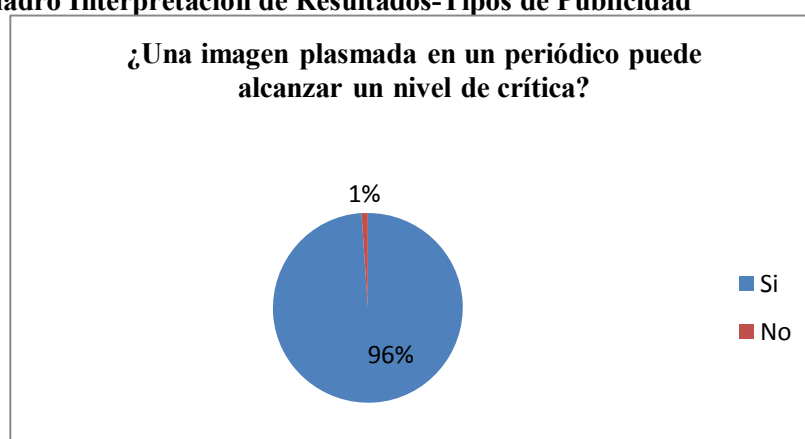
**Gráfico N° 10: Interpretación de Resultados-Publicidad**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Publicidad**

**Análisis e interpretación.-** El 87% de los encuestados ha revelado que una fotografía puede reemplazar el texto de la noticia y el otro 13% que no es la mejor manera, la parte del 87% indica que la noticia no es tan vital para la noticia ya que la imagen puesta con bases de fotoperiodismo tendría el mismo resultado a nivel de entendimiento.

**7. ¿Una imagen plasmada en un periódico puede alcanzar un nivel de crítica?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	96%
No	1	4%

**Cuadro N° 11: Interpretación de Resultados-Tipo de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Tipos de Publicidad**



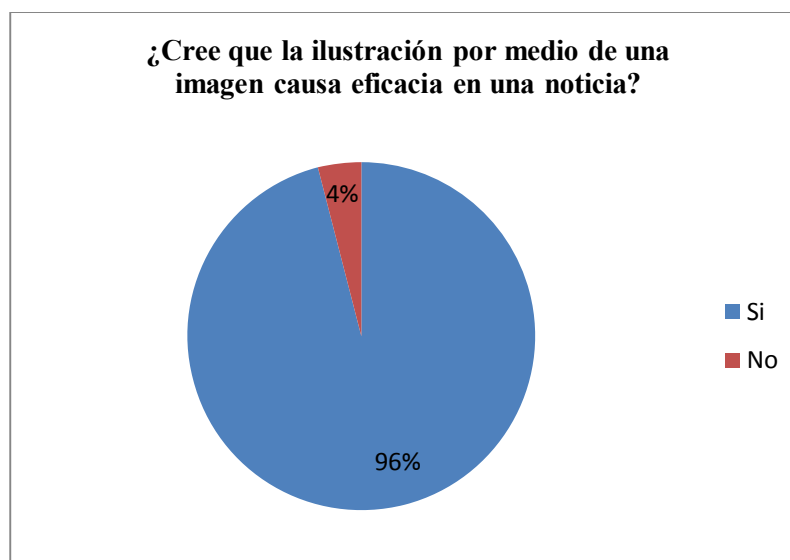
**Gráfico N° 11: Interpretación de Resultados-Tipo de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Tipo de Publicación**

**Análisis e interpretación.-** La población en un 96% cree que la crítica a una imagen por parte de los lectores sería factible ya que podrían dar su punto de opinión acerca de la imagen que esta contextualizada con la noticia lo que provocaría un debate en las personas que establecería la información de manera precisa ya que el lector podría opinar de la foto, el otro 1% una imagen plasmada en un periódico no puede alcanzar un nivel de crítica

**8. ¿Cree que la ilustración por medio de una imagen causa eficacia en una noticia?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	96%
No	1	1%

**Cuadro N° 12: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicidad**



**Gráfico N° 12: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**

**Análisis e interpretación.-** La población en un 96% piensa que el aporte de una imagen sería una ayuda no solo visual sino también de puesta en contexto de una noticia ya que le lector podría identificar los hechos no solo con las palabras sino refutar con la imagen del mismo, el otro 1% no opina que la imagen no sería un aporte para la información de la noticia.

**9. ¿Está de acuerdo que la fotografía es un método para transmitir la realidad de un hecho?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	28	96%
No	1	1%

**Cuadro N° 13: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicidad**



**Gráfico N° 13: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**  
**Elaborado por: Emily Agama**  
**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**

**Análisis e interpretación.-** La población en un 96% está de acuerdo que la fotografía es un método para transmitir la realidad de un hecho y el otro 1% no está de acuerdo.

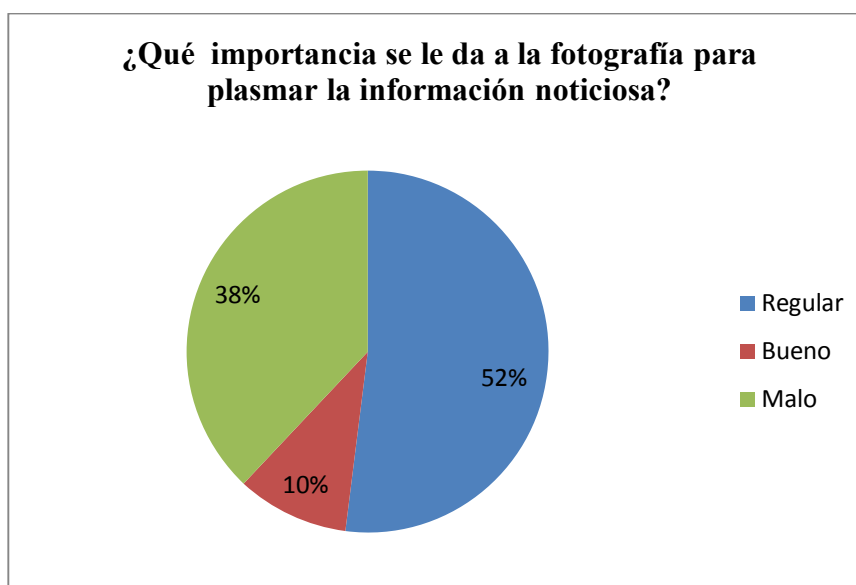
**10. ¿Qué importancia se le da a la fotografía para plasmar la información noticiosa?**

SELECCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	15	52%
Buena	3	10%
Mala	11	38%

**Cuadro N° 14: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**

**Elaborado por: Emily Agama**

**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicidad**



**Gráfico N° 14: Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**

**Elaborado por: Emily Agama**

**Fuente: Cuadro Interpretación de Resultados-Preferencia de Publicación**

**Análisis e interpretación.-** Como se determinó en la encuesta el 10% considera Mala a la importancia que se le da a la fotografía para plasmar la información noticiosa, el otro 38% la considera regular y la mayoría que es un 52% cree que la importancia que se le da a la fotografía para plasmar la información noticiosa es regular.

## **VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

### **HIPÓTESIS ALTERNA= (H1)**

El fotoperiodismo si incide en los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.

### **HIPÓTESIS NEGATIVA = (HO)**

Los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato no inciden en el fotoperiodismo.



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### CONCLUSIONES:

- Los profesionales de la información consideran importante la fotografía debido a la constante relación que tienen con ella y con los medios de comunicación impresa, en los que observan reflejada la cotidianidad de la urbe, de sus costumbres, de sus aficiones; a través de estos medios perciben el acontecer cotidiano y mediante los cuales se informan y entretienen.
- Es escasa la capacidad de análisis semiótico por parte de los periodistas ya que existe poco personal capacitado, materias específicas que se dediquen al estudio de la fotografía y al desarrollo de las habilidades y aptitudes de la noticia
- Los medios de información impresos reflejan la cotidianidad de la ciudadanía, refuerzan el conocimiento de la historia local y son fuente de consulta; pero en el ámbito del fotoperiodismo las mismas son consideradas como relleno
- Los Profesionales de la información poseen escaso conocimiento sobre fotoperiodismo, lo que acarrea la inexperiencia tanto teórica como práctica, de esta actividad.

## **RECOMENDACIONES:**

- Es necesario tener un Manual de Manejo de las imágenes fotográficas de los periódicos, debido a la relación diaria que tienen con ellos, con el objetivo de propiciar análisis críticos y profundos de contenidos.
- Establecer estrategias para el análisis del contenido de los medios de comunicación, mediante la capacitación de los profesionales lo que permitirá la enseñanza-aprendizaje mediante la crítica del contenido de las imágenes al público.
- Los medios de comunicación locales deberían establecer alternativas, para que los lectores puedan participar en la construcción del material gráfico informativo y reflejen su realidad cotidiana desde la perspectiva de su identidad.
- Es necesario fomentar el buen uso de la fotografía periodística para los capacitar a los periodistas e incorporar a la fotografía como una herramienta documental de aprendizaje e investigación.
- Socializar un Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

#### DATOS INFORMATIVOS

- **Título:** Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato
- **Institución Ejecutora:** Investigadora: Emily Agama
- **Beneficiarios:** Profesionales del Periodismo de los Medios impresos de la ciudad de Ambato
- **Ubicación:** Cantón Ambato – Provincia de Tungurahua.
- **Tiempo estimado para la ejecución:**
- **Inicio:** Primer semestre del año 2017.
- **Fin:** Segundo semestre del año 2017.
- **Equipo técnico responsable:** Investigadora: Emily Agama
- **Costo:** 350\$

#### ANTECEDENTES

Como antecedente a la propuesta se realizó una fundamentación teórica con el fin de diagnosticar la influencia del fotoperiodismo en los medios de información de la ciudad de Ambato y la relación que existe con de las imágenes que acompañar los textos noticiosos, para determinar su factibilidad, importancia y contexto. La investigación previa, permitió comprobar los efectos que genera el fotoperiodismo en los medios de información de la ciudad de Ambato en cuanto a la práctica que tienen los profesionales de la comunicación en cada uno de los medios los resultados de la presente investigación dan a relucir que, si bien los usos de las imágenes sirven como

complemento al texto periodístico, no son manejadas de manera estética y contextualizada para los lectores.

La investigación concluyó finalmente, que es necesario proponer alternativas para resolver el problema de la investigación; por tanto, en la práctica, el fotoperiodismo en los medios impresos locales, tienen incidencia o afectan directamente en el sector de los públicos, por lo que se debería utilizar a la imagen como punto de referencia en las notas periodísticas para dar un mayor aporte a la noticia y llegar a la meta comunicación

## **JUSTIFICACIÓN**

El impacto que se espera al desarrollo de un taller que viabilice y que contribuya al desarrollo de la sociedad y los profesionales. En todo lo que hacemos, decimos o dejamos de hacer, estamos comunicando algo. En esta relación puede no haber palabras, Si no hablamos igual estamos comunicando, ya sea con la posición de nuestro cuerpo, con nuestras miradas, la expresión facial entre otras.

La posibilidad de implementación de mecanismos como:

- Análisis de las investigaciones actuales.
- Talleres bi-mensuales con medios masivos, entidades estatales y comunidades sobre la generación de ideas.
- Elaboración de mensajes en medios masivos para la reflexión.

Utilizando todos los medios masivos y alternativos se unen para hacer una gran convocatoria local como nacional con ideas concretas sobre la realidad inmediata del Fotoperiodismo en los medios. Es el espacio donde los procesos sociales ocurren en diversos escenarios y contextos asociados a lo más cotidiano de la reproducción de la vida y la supervivencia.

Los medios de comunicación son uno de los actores fundamentales de opinión acerca de interés social y tienen como función dar visibilidad a los diversos sujetos que intervienen en lo cotidiano, crean atmósferas y contextos en que se inscriben los sucesos y proveen a los lectores y a las audiencias de referentes de comprensión e interpretación de fenómenos que se presenta diariamente, por este motivo, un adecuado manejo del fotoperiodismo es fundamental para lograr percepciones, respuestas y acciones acordes con la realidad en el ámbito de la ciudadanía y todos los que se hallen involucrados hacia una ideología de la realidad al desarrollo de cada individuo en su entorno social, cultural, religioso, político, económico, entre otros.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

Diseñar un Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato

### **Objetivos específicos:**

1. Presentar el problema y participantes que interviene en el taller.
2. Establecer al Fotoperiodismo como parte para una adecuada información en medios comunicacionales.
3. Presupuestar y establecer el cronograma de actividades.

## **ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Factibilidad política**

La propuesta se enmarca en la Constitución de la República del Ecuador (2008), se ajusta a las políticas que la Ley Orgánica de Comunicación (2013) y la Ley Orgánica de Educación Intercultural (2011), plantean en torno a la identidad cultural, al

desarrollo de medios comunitarios de comunicación, sobre todo está acorde con el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

### **Factibilidad socio cultural**

El interés social de cualquier país, es sustentable y sostenible, al mencionar estas expresiones que produce la sociedad es un cambio positivo, cuidando la integridad de las personas, eso es crear cultura en una sociedad en vías de desarrollo como la del Ecuador.

El desarrollo de este proyecto es de vital importancia, puesto que plantea un cambio en la mentalidad de la ciudadanía, generando un nuevo cambio en la mentalidad de las personas. Además, que, la ciudad de Ambato desde la década de los noventas, ha demostrado un enorme desarrollo en materia cultural, social y económica en comparación a las demás ciudades del Ecuador, bien vale fortalecer esas iniciativas para la sociedad ambateña

### **Factibilidad legal**

En la Constitución de la República del Ecuador (2008), Sección Tercera sobre Comunicación e Información, menciona que:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Sobre la Cultura y Ciencia, en el Art. 22 menciona que “Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría”.

En la Ley Orgánica de Comunicación (2013), en el Título II, referente a principios y derechos, en el Capítulo I: Se refiere al principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

### **Fundamentación científico-técnico:**

Es fundamental entender la conceptualización de los elementos, Castells, Manuel; en su libro: “La sociedad red: una visión global” con respecto a la temática:

“Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, solo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red. No obstante, todos los nodos de la red son necesarios para la actuación de la propia red... Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes: la red es la unidad, no el nodo.” (Castells, 2004, pág. 1).

Dentro del fotoperiodismo los periodistas de los medios impresos serán los nodos que, interconectados, de manera horizontal con supervisión de los gerentes de la institución, cumplan los objetivos comunicacionales en función de los compromisos adquiridos en la fase exploratoria de la propuesta.

Según Erro, Javier; (2003, pág. 68), en “Descubrir y construir procesos de comunicación social. Aportes para diseñar políticas, estrategias, y estructuras de

comunicación en las ONGD”; al construir Redes de comunicación social, cabe destacar la interrelación de las redes humanas y tecnológicas:

- La comunicación constituye otra forma de relacionarse y organizar la sociedad basada en la participación activa, la pluralidad de voces y el trabajo en Red (humana).
- La construcción de ese otro modelo de comunicación pasa por la utilización de internet y las nuevas tecnologías de la información, entendidas como otra forma de asociarse y convivir juntos (red tecnológica).

La estrecha relación de las redes tanto humanas como tecnológicas, se da por el acceso a tecnologías de la información, lo que conlleva a que las organizaciones sociales propongan una nueva forma de interactuar con la sociedad, de difundir y participar activamente en los procesos políticos, transformando la forma en la que ciudadanía se relaciona con el Estado.

Dentro de los mensajes en el caso del fotoperiodismo, deben ser analizados los cambios sistemáticos de las estructuras de las imágenes, de acuerdo a (Habermas, 1999, pág. 99), estos “pueden explicarse no sólo psicológica, económica o sociológicamente, por medio de factores externos, sino que también pueden hacerse derivar de un incremento del saber, la hipótesis evolutiva de que la racionalización de las imágenes del mundo se cumple a través de procesos de aprendizaje”.

Los talleres de Fotoperiodismo, a través de la práctica artística-documental, fomentará en los profesionales: la construcción de identidad, el fortalecimiento de la personalidad, el respeto a los Derechos Humanos; con el objetivo de propiciar un espacio de interrelación e intercambio de experiencias comunicativas, de herramientas para la comprensión de la fotografía; con la finalidad de que a través del análisis, la reflexión y el desarrollo de medios alternativos de calidad se resuelvan las problemáticas sociales de la ciudad. Para desarrollo del Taller de Fotoperiodismo es necesario identificar las necesidades, las preferencias, los modelos



de comunicación aplicables a la educación y la percepción de los estudiantes sobre el fotoperiodismo. Al comprender a la práctica fotográfica como un desarrollo de habilidades visuales, que se puede desarrollar a través de la experiencia, los estudiantes podrán resolver los problemas en torno a temas que les conciernen.

A continuación del documento de la UNESCO antes mencionado, la importancia de las redes en las relaciones sociales radica en que:

“La comunicación como instrumento de gestión del cambio actúa facilitando la creación de redes de relaciones, de acercamiento de partes, de incremento del capital social y de difusión del proyecto colectivo. Puede crear sociedades civiles más cohesionadas, con necesidades y expectativas claras, pero gobiernos más cómplices de los ciudadanos...” (Cyranek, 2010, pág. 8).

Un aspecto fundamental al introducir a los Periodistas de los medios a la temática es la conceptualización de la investigación dentro del periodismo, de acuerdo con Lee, Mark; en “La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación”, las características de esta actividad son:

“...revelar cuestiones encubiertas de manera deliberada, por alguien en una posición de poder, o de manera accidental, detrás de una masa caótica de datos y circunstancias que dificultan la comprensión es una actividad que requiere el uso de fuentes y documentos tanto públicos como secretos..., depende de material recolectado o generado a partir de la iniciativa del propio periodista...” (Lee, 2013, pág. 8).

Dentro del proceso comunicativo se deben identificar los elementos que pueden dificultar la comprensión del mensaje. Los emisores-receptores, deben planificar asertivamente las actividades a realizarse en función de los objetivos formativos e informativos. “En la teoría de la acción comunicativa”, el autor Habermas, Jürgen; menciona que la imagen debe alcanzar críticas a través de acuerdos, libres de posturas automáticas, frente a posiciones de validez: “Cuanto más avanzado está el

proceso de descentración de la imagen del mundo, que es la que provee a los participantes del mencionado acervo de saber cultural, tanto menos será menester que la necesidad de entendimiento quede cubierta de antemano por una interpretación del mundo de la vida sustraída a toda crítica; y cuanto más haya de ser cubierta esa necesidad por medio de operaciones interpretativas de los participantes mismos, esto es, por medio de un acuerdo que, por haber de ser motivado racionalmente, siempre comportará sus riesgos, con tanta más frecuencia cabe esperar orientaciones racionales de acción” (Habermas, 1999, pág. 104).

El hecho de que los periodistas difundan imágenes periodísticas de su autoría, implica un proceso de descentración de la imagen, lo que propiciará la reflexión, la criticidad de las problemáticas y pulsaciones sociales en las que se desenvuelven.

Al analizar los movimientos sociales, en este caso estudiantiles, según (Castells, 2001, pág. 93), los principios que los rigen son: “la identidad del movimiento, el adversario y el objetivo social”.

- La identidad del movimiento, hace referencia a la autodefinición.
- El adversario que de forma explícita identifican.
- El objetivo social la visión del movimiento que desearía obtener en el horizonte histórico de su acción colectiva.

La filosofía detrás de los talleres hacia los profesionales de fotoperiodismo, permite que sea una alternativa comunicativa sostenible y autosustentable; como menciona el autor, la identidad del movimiento es la resistencia a la enajenación a través de imágenes irreflexivas que deforman los imaginarios sociales, el adversario es el sistema capitalista que occidentaliza las perspectivas en función a intereses económicos, el objetivo social es reivindicar dentro de la institución el respeto a los Derechos Humanos.

Los periodistas tendrán la oportunidad de contar con sistemas comunicativos autónomos y horizontales, que les permita participar y asociarse en base a sus intereses, con respeto a sus perceptivas, de una manera instantánea; utilizando las redes sociales para difundir los acontecimientos trascendentales dentro de la ciudad, propiciando la reflexividad en sus prácticas cotidianas.

De acuerdo a Sádaba, Igor; (2002, pág. 13); en “Solidaridad y nuevas tecnologías. Transformaciones, obstáculos y realidades”; dentro del accionar político de las organizaciones sociales al utilizar el internet como medio de comunicación, menciona cambios cualitativos en torno a su utilización:

- Es global, instantáneo, es una red abierta a todos, permite la comunicación en tiempo real.
- Permite: instantaneidad, interactividad, virtualidad (amplitud comunicativa), unicidad (integración comunicacional).
- Es imprescindible en la vida social y política. o Introduce un cambio de naturaleza en la forma de organizarse, agruparse y hacer asociacionismo; democratizando la información y el conocimiento.
- Implica participación e interdependencia entre organizaciones y exige optar por el encuentro y la acción concertada.
- Beneficia formas descentralizadas, horizontales, de relación y trabajo.

## MODELO OPERATIVO

### Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato

FASES	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES
FASE I <b>SENSIBILIZAR</b>	*Presentación de la problemática *Determinar las consecuencias del problema *Proyectar comportamiento de los medios a futuro en cuestión del fotoperiodismo	Investigadora Periodistas
FASE II <b>PLANIFICACIÓN</b>	*Inscripción de participantes *Determinación de Públicos objetivos *Confirmar expositores	Investigadora Periodistas
FASE III <b>EJECUCIÓN</b>	*Exposición de los temas a discutir *Debate *Definir conclusiones y recomendaciones del taller * Cierre del Taller.	Investigadora Periodistas
FASE IV <b>EVALUACIÓN</b>	*Encuestas *Entrevistas	Investigadora Periodistas

**Cuadro N° 15: Modelo operativo**

**Elaborado por: Emily Agama**

**Fuente: Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato**

## PLAN DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

La evaluación de la propuesta establecerá si las actividades que se emplearon permitieron alcanzar los objetivos planteados y propuestos. Se efectuarán evaluaciones parciales para justificar el cumplimiento de la propuesta que se ha desarrollado.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Periodistas
¿Por qué evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta
¿Con que criterios?	Teniendo en cuenta la eficacia, eficiencia, calidad y desarrollo de la empresa
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos
¿Que evaluar?	Los objetivos establecidos en la propuesta
¿Quién evalúa?	Gerentes de Medios de Información
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación del modelo
¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico
¿Con que evaluar?	Encuestas e investigación de campo

**Cuadro N° 16: Plan de evaluación de la propuesta**

**Elaborado por: Emily Agama**

**Fuente: Propuesta-Objetivos planteados**

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alcoba, A. (1988). *Periodismo Gráfico*. Madrid: Fragua.
2. Allport, G. (1955). *Becoming*. New Haven: Yale University Press.
3. Alvarado, L., & García, M. (2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 187-202.
4. Andrade, X., & Molina, G. (2012). Antropología visual en Latinoamérica. (F. L.-S. Ecuador., Ed.) *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. Núm. 42, 11-16.
5. Armentia, J. I. (1993). *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa*. Leioa: Servicio Editorial UPV-EHU.
6. Barbero, J. (2002). *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*. Guadalajara: ITESO.
7. Barrazueta, P. (2012). Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 17-22.
8. Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. México: F.C.E.
9. Castellanos, U. (2003). *Manual de Fotoperiodismo*. México: Universidad Iberoamericana.
10. Castells, M. (2001). *La era de la Información: Economía sociedad y Cultura, Volumen II: El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
11. Castells, M. (2004). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
12. Castells, M. (2006). *La sociedad red. Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
13. Cevallos, S. (2006). *Programa Nacional. Escuela para padres. Autoestima*. Quito: Ministerio de Educación
14. Chiriboga, L., & Caparrini, S. (2005). *El retrato iluminado*. Quito: Noción.
15. Dallal, A. (1989). *Lenguajes periodísticos*. Méjico: UNAM.
16. Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós.
17. Edo, C. (2003). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social.

18. Egas, J. (2009). Nuevos usos sociales de la fotografía. Formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales. Loja: Universidad Andina Simón Bolívar.
19. Fontcuberta, J. (1990). Conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica. Barcelona: Gustavo Gili.
20. Freund, G. (2006). La fotografía como documento social. Barcelona: Gustavo Gili.
21. Galdón, G. (2002). Teoría y práctica de la documentación informativa. Barcelona: Ariel.
22. Gómez, G., & Carrasco, N. (2010). Construcción de la identidad adolescente en los contextos sociohistóricos y culturales contemporáneos. *Pensando Psicología*, 95-102.
23. Habermas, J. (1999). Teoría de la acción comunicativa I. Madrid: Santillana.
24. Hoffmann, A. (1984). *El Periodista Demócrata*, Praga, 26.
25. Horrocks, J. (2008). Psicología de la adolescencia. Méjico: Trillas
26. Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la Comunicación. Madrid: De la Torre
27. Kearney, M. (1995). The local and the global: the anthropology of globalization and transnationalism. *Annual review of anthropology*, 24, 24-25.
28. Lee, M. (2013). La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación. Uruguay: UNESCO.
29. Locke, J. (1985). Ensayo sobre el entendimiento humano. Buenos Aires: Hyspamérica.
30. Louzada, S. (2005). El periodismo fotográfico en la transición de la prensa carioca. Brasil: Universidad Federal Fluminense.
31. Marrero, A. (2007). La sociedad del Conocimiento: Una revisión teórica de un modelo de desarrollo posible para América Latina. (U. d. República, Ed.) Uruguay: ARXIUS de Ciencias Sociales.
32. Meneses, Z. (1992). Análisis de Medios de Comunicación en el Ecuador N°2. Quito: CIESPAL.
33. Niec, H. (1998). Cultural Rights and Wrongs. Paris: UNESCO.
34. Parratt, S. (2007). Géneros Periodísticos en Prensa . Madrid: Universidad Santiago de Compostela

35. Punin, M. I. (2012). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador : una visión crítica al rol de la universidad y la academia. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación, 28-36
36. Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: PAIDÓS.
37. Velasco, M. (2009). Retórica de la imagen fotográfica: La fotografía como documento social y cultural en la lucha por los derechos humanos en el Ecuador en los años 80 y 90. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
38. Vivaldi, M. (1998). Géneros periodísticos. Análisis diferencial. Madrid: Paraninfo
39. Wolf, M. (2003). Los efectos sociales de los medias. México: Paidós.
40. Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Quito: Abya-Yala.
41. Zibechi, R. (2008). Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. Quito: Abya - Yala.



# ANEXOS

## MATRIZ DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS  
SOCIALES



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**OBJETIVO:** Investigar la práctica del Fotoperiodismo en los Medios de Comunicación Impresos de la Ciudad de Ambato.

Marque con una X en el paréntesis que corresponda a la respuesta que elija. Solo puede escoger una opción por cada pregunta.

FOTÓGRAFO PROFESIONAL ( )    COMUNICADOR (A) SOCIAL ( )

**1.- ¿Cree que un fotógrafo debe ser periodista para que una noticia este bien estructurada?**

SI ( )      NO ( )

**2 ¿Cree que es importante la contextualización de un texto a través de una imagen?**

SI ( )      NO ( )

**3. ¿Qué importancia le dan los medios de comunicación impresos a las representaciones de un hecho en una noticia?**

BUENA ( )      REGULAR ( )      MALA ( )

**4. ¿Considera que es importante la interacción de los lectores con el medio escrito?**

SI ( )      NO ( )

**5. ¿Cree que los medios impresos estimulan a los lectores por medio de las imágenes?**

SI ( )      NO ( )

**6. ¿Cree usted que una fotografía puede reemplazar el texto de la noticia?**

SI ( )      NO ( )

**7. ¿Una imagen plasmada en un periódico puede alcanzar un nivel de crítica?**

SI ( )      NO ( )

**8. ¿Cree que la ilustración por medio de una imagen causa eficacia en una noticia?**

SI ( )      NO ( )

**9. ¿Está de acuerdo que la fotografía es un método para transmitir la realidad de un hecho?**

SI ( )      NO ( )

**10. ¿Qué importancia se le da a la fotografía para plasmar la información noticiosa?**

BUENA ( )      REGULAR ( )      MALA ( )

PAPER

PAPER O JOURNAL

**“EL FOTOPERIODISMO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
IMPRESOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

*Emily Alejandra Agama Vargas*

**Universidad Técnica De Ambato**

**Facultad De Jurisprudencia Y Ciencias Sociales**

**Carrera De Comunicación Social**

**RESUMEN**

El presente estudio investigativo tomó como referencia la práctica del fotoperiodismo como elemento fundamental para establecer el grado de desvalorización de los acontecimientos visuales que existe en los medios impresos de la ciudad de Ambato y la manera en como intervienen para el fortalecimiento de la impresión con la verdad ante la comunidad.

Los objetivos fueron básicamente: Determinar cómo influyen los contenidos de la prensa escrita en la creación de debates en torno a la imagen tomada; analizar el grado de aceptación de los contenidos de la prensa escrita local en la audiencia ambateña; diagnosticar la práctica empírica en los profesionales y aficionados de los medios impresos de la ciudad y diseñar una alternativa de solución al problema formulado. Para ello se conceptualizó al fotoperiodismo, sus formas de interacción y niveles de aprendizaje en el tema.

La metodología se basó en un enfoque mixto: cuali-cuantitativo, con modalidades de investigación de campo y bibliográfica. Concluido el estudio se estableció la falta de contenido en el área visual de los medios escrito y la casi nula praxis que esto con lleva dentro de los profesionales de los medios de comunicación impresa; se analizó

la importancia del manejo de contenidos semióticos para la construcción del contexto del hecho para que esto genere interés dentro de los ambateños.

**Palabras Claves:**

Fotoperiodismo, Medios Impresos De La Ciudad De Ambato, Fotografía, Comunicación, Realidad, Imagen, Análisis Visual, Contenidos Semióticos, estética.

**ABSTRACT**

This research study made reference to the practice of photojournalism as a fundamental element to establish the degree of impairment of visual events that exists in the print media in the city of Ambato and the way in which involved strengthening the impression with the truth to the community.

The goals were basically: Determine how to influence the contents written on the creation of debates around the image taken press; analyze the degree of acceptance of the contents of the local press in Ambato hearing; diagnose empirical practice in professional and amateur print media city and design an alternative solution to the problem formulated. For it was conceptualized to photojournalism, forms of interaction and learning levels in the subject.

The methodology was based on a mixed approach: qualitative and quantitative, with modalities of field research and literature. The study concluded the lack of content was established in the visual area of the media written and almost no practices this with leading professionals in the print media; the importance of managing content for the construction semiotic context of the fact that this was analyzed to generate interest within the ambateños.

**Keywords:**

Photojournalism, Print Media Of Ambato City, Photography, Communication, Reality, Image, Visual Analysis, Content semiotic, aesthetic.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es desarrollado con el fin de identificar la influencia que tiene el fotoperiodismo en los medios de comunicación impresa de la ciudad de Ambato, para establecer un sistema coordinador, cuya finalidad es la armonización de los intereses institucionales con los de sus públicos internos y externos, y de esta manera facilitar la consecución de sus objetivos

### CAPITULO I

La investigación se encuentra sustentada en la identificación de un problema, el mismo que establece las variables con las cuales se va a complejizar el tema “El fotoperiodismo y los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato”

### CAPITULO II

Tomando como referencia investigaciones previas que servirán de soporte para la investigación se adopta un enfoque filosófico, fundamentando legalmente nuestro argumento, ampliando la conceptualización de las categorías relacionadas.

### CAPITULO III

Se establece el modelo y proceso metodológico de la investigación, se delimitan las características del grupo de estudio. Con la operacionalización de variables se selecciona la conceptualización, dimensiones, Indicadores, ítems, Técnicas e Instrumentos, además Plan que se empleará para recoger información y el procedimiento para el análisis de la información.

## CAPÍTULO IV

Se presenta los resultados que se obtienen a partir de la aplicación de los instrumentos de la investigación, con relación al porcentaje obtenido, cuantitativamente. Además, se interpreta los resultados de cada pregunta, con relación al aspecto cualitativo.

## CAPÍTULO V

Se concluye el trabajo de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a las conclusiones se recomienda que se debe realizar según los resultados de la investigación.

## CAPÍTULO VI

Se plantea una alternativa de la solución al problema, se plantea el Taller de Fotoperiodismo para Periodistas de los medios de comunicación impresa de la ciudad de Ambato, el mismo que permitirá fortalecer su aprendizaje en esta temática.

## LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación Social.

Fotoperiodismo.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación está basada en principios del paradigma Cualitativo y Cuantitativo ya que el trabajo está sustentado en lo interno y el externo del fenómeno de investigación, a la vez apoyado con la corriente filosófica Critico Propósito, que ayudara a cuestionar y dar respuestas al tema.

### **Modalidad de la Investigación**

#### **De Campo**

Porque el investigador ha acudido a recabar información en el lugar donde se producen los hechos, para así poder actuar en el contexto y transformar una realidad.

#### **Bibliográfica Documental**

Porque el trabajo de grado tiene información secundaria sobre el tema de investigación obtenidos a través de libros, textos, módulos, periódicos, revistas, Internet, encuestas, entrevistas tornándose esta investigación en una realidad objetiva.

#### **Nivel o tipo de la investigación**

El tipo de investigación que se aplicara será el descriptivo y el de Asociación de variables por cuanto la investigación tiene un enfoque Cualicuantitativo.

## **Investigación Descriptiva**

Méndez (2001) manifiesta que el estudio descriptivo identifica características del universo investigación, señala formas de conducta y actitudes de ese universo investigado, estableciendo comportamientos. Para fortalecer el conocimiento se empleara la Investigación Descriptiva, a través de la cual se describirá todos los hechos y características más sobresalientes que se produzcan en relación a los Conocimientos en la Comunicación Social.

## **Asociación de Variables**

La investigación llevará a nivel de Asociación de variables, porque permite estructurar predicciones, a través de la medición de relaciones entre variables. Además se puede medir el grado de relación entre variables y a partir de ello, determinar tendencias o modelos de comportamiento mayoritario.

## **Investigación Explorativa**

La presente investigación se desarrolla para conocer en forma veraz sobre la problemática existente, la misma que ha sido poco estudiada, la información se obtendrá de fuentes documentales.

## **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**

Como antecedente a la propuesta se realizó una fundamentación teórica con el fin de diagnosticar la influencia del fotoperiodismo en los medios de información de la ciudad de Ambato y la relación que existe con de las imágenes que acompañar los textos noticiosos, para determinar su factibilidad, importancia y contexto.

La investigación previa, permitió comprobar los efectos que genera el fotoperiodismo en los medios de información de la ciudad de Ambato en cuanto a la



práctica que tienen los profesionales de la comunicación en cada uno de los medios los resultados de la presente investigación dan a relucir que, si bien el uso de las imágenes sirven como complemento al texto periodístico, no son manejadas de manera estética y contextualizada para los lectores.

La investigación concluyó finalmente, que es necesario proponer alternativas para resolver el problema de la investigación; por tanto, en la práctica, el fotoperiodismo en los medios impresos locales, tienen incidencia o afectan directamente en el sector de los públicos, por lo que se debería utilizar a la imagen como punto de referencia en las notas periodísticas para dar un mayor aporte a la noticia y llegar a la meta comunicación

### **Justificación**

El impacto que se espera al desarrollo de un taller que viabilice y que contribuya al desarrollo de la sociedad y los profesionales. En todo lo que hacemos, decimos o dejamos de hacer, estamos comunicando algo. En esta relación puede no haber palabras, Si no hablamos igual estamos comunicando, ya sea con la posición de nuestro cuerpo, con nuestras miradas, la expresión facial entre otras.

La posibilidad de implementación de mecanismos como:

- Análisis de las investigaciones actuales.
- Talleres bi-mensuales con medios masivos, entidades estatales y comunidades sobre la generación de ideas.
- Elaboración de mensajes en medios masivos para la reflexión.

Utilizando todos los medios masivos y alternativos se unen para hacer una gran convocatoria local como nacional con ideas concretas sobre la realidad inmediata del Fotoperiodismo en los medios. Es el espacio donde los procesos sociales ocurren en diversos escenarios y contextos asociados a lo más cotidiano de la reproducción de la vida y la supervivencia.

Los medios de comunicación son uno de los actores fundamentales de opinión acerca de interés social y tienen como función dar visibilidad a los diversos sujetos que intervienen en lo cotidiano, crean atmósferas y contextos en que se inscriben los sucesos y proveen a los lectores y a las audiencias de referentes de comprensión e interpretación de fenómenos que se presenta diariamente, por este motivo, un adecuado manejo del fotoperiodismo es fundamental para lograr percepciones, respuestas y acciones acordes con la realidad en el ámbito de la ciudadanía y todos los que se hallen involucrados hacia una ideología de la realidad al desarrollo de cada individuo en su entorno social, cultural, religioso, político, económico, entre otros.

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Diseñar un Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresa de la ciudad de Ambato

### **Objetivos específicos:**

1. Presentar el problema y participantes que interviene en el taller.
2. Establecer al Fotoperiodismo como parte para una adecuada información en medios comunicacionales.
3. Presupuestar y establecer el cronograma de actividades.

## MODELO OPERATIVO

### Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato

FASES	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES
FASE I <b>SENSIBILIZAR</b>	*Presentación de la problemática  *Determinar las consecuencias del problema  *Proyectar comportamiento de los medios a futuro en cuestión del fotoperiodismo	Investigadora  Periodistas
FASE II <b>PLANIFICACIÓN</b>	*Inscripción de participantes  *Determinación de Públicos objetivos  *Confirmar expositores	Investigadora  Periodistas
FASE III <b>EJECUCIÓN</b>	*Exposición de los temas a discutir  *Debate  *Definir conclusiones y recomendaciones del taller  *Cierre del Taller.	Investigadora  Periodistas
FASE IV <b>EVALUACIÓN</b>	*Encuestas  *Entrevistas	Investigadora  Periodistas

**Cuadro N° 15: Modelo operativo**  
**Elaborado por: Emily Agama**

**Fuente: Taller de Fotoperiodismo para los Periodistas de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Ambato**

## Plan de Evaluación de la Propuesta

La evaluación de la propuesta establecerá si las actividades que se emplearon permitieron alcanzar los objetivos planteados y propuestos. Se efectuarán evaluaciones parciales para justificar el cumplimiento de la propuesta que se ha desarrollado.

Cuadro N° 16: Preguntas básicas para la evaluación de la propuesta.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	Periodistas
¿Por qué evaluar?	Para verificar si se está cumpliendo con la propuesta y los objetivos
¿Para qué evaluar?	Para medir el grado de factibilidad que ha tenido la propuesta
¿Con que criterios?	Teniendo en cuenta la eficacia, eficiencia, calidad y desarrollo de la empresa
Indicadores	Cuantitativos y Cualitativos
¿Que evaluar?	Los objetivos establecidos en la propuesta
¿Quién evalúa?	Gerentes de Medios de Informacion
¿Cuándo evaluar?	Al final de la aplicación del modelo
¿Cómo evaluar?	Proceso metodológico
¿Con que evaluar?	Encuestas e investigación de campo

Fuente: Emily Agama

Elaboración: Emily Agama

## Bibliografía

1. Alcoba, A. (1988). *Periodismo Gráfico*. Madrid: Fragua.
2. Allport, G. (1955). *Becoming*. New Haven: Yale University Press.
3. Alvarado, L., & García, M. (2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 187-202.
4. Andrade, X., & Molina, G. (2012). Antropología visual en Latinoamérica. (F. L.-S. Ecuador., Ed.) *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. Núm. 42, 11-16.
5. Armentia, J. I. (1993). *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa*. Leioa: Servicio Editorial UPV-EHU.
6. Barbero, J. (2002). *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*. Guadalajara: ITESO.
7. Barraqueta, P. (2012). Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 17-22.
8. Bauman, Z. (1999). *La globalización: consecuencias humanas*. México: F.C.E.
9. Castellanos, U. (2003). *Manual de Fotoperiodismo*. México: Universidad Ibéroamericana.
10. Castells, M. (2001). *La era de la Información: Economía sociedad y Cultura, Volumen II: El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
11. Castells, M. (2004). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
12. Castells, M. (2006). *La sociedad red. Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
13. Cevallos, S. (2006). *Programa Nacional. Escuela para padres. Autoestima*. Quito: Ministerio de Educación
14. Chiriboga, L., & Caparrini, S. (2005). *El retrato iluminado*. Quito: Noción.
15. Dallal, A. (1989). *Lenguajes periodísticos*. Méjico: UNAM.
16. Dubois, P. (1986). *El acto fotográfico*. Barcelona: Paidós.

17. Edo, C. (2003). Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Sevilla: Comunicación Social.
18. Egas, J. (2009). Nuevos usos sociales de la fotografía. Formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades virtuales. Loja: Universidad Andina Simón Bolívar.
19. Fontcuberta, J. (1990). Conceptos y procedimientos. Una propuesta metodológica. Barcelona: Gustavo Gili.
20. Freund, G. (2006). La fotografía como documento social. Barcelona: Gustavo Gili.
21. Galdón, G. (2002). Teoría y práctica de la documentación informativa. Barcelona: Ariel.
22. Gómez, G., & Carrasco, N. (2010). Construcción de la identidad adolescente en los contextos sociohistóricos y culturales contemporáneos. *Pensando Psicología*, 95-102.
23. Habermas, J. (1999). Teoría de la acción comunicativa I. Madrid: Santillana.
24. Hoffmann, A. (1984). El Periodista Demócrata. Praga, 26.
25. Horrocks, J. (2008). Psicología de la adolescencia. México: Trillas
26. Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la Comunicación. Madrid: De la Torre
27. Kearney, M. (1995). The local and the global: the anthropology of globalization and transnationalism. *Annual review of anthropology*, 24, 24-25.
28. Lee, M. (2013). La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación. Uruguay: UNESCO.
29. Locke, J. (1985). Ensayo sobre el entendimiento humano. Buenos Aires: Hyspamérica.
30. Louzada, S. (2005). El periodismo fotográfico en la transición de la prensa carioca. Brasil: Universidad Federal Fluminense.
31. Marrero, A. (2007). La sociedad del Conocimiento: Una revisión teórica de un modelo de desarrollo posible para América Latina. (U. d. República, Ed.) Uruguay: ARXIUS de Ciencias Sociales.
32. Meneses, Z. (1992). Análisis de Medios de Comunicación en el Ecuador N°2. Quito: CIESPAL.
33. Niec, H. (1998). Cultural Rights and Wrongs. Paris: UNESCO.

34. Parratt, S. (2007). Géneros Periodísticos en Prensa. Madrid: Universidad Santiago de Compostela
35. Punin, M. I. (2012). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador: una visión crítica al rol de la universidad y la academia. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación, 28-36
36. Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: PAIDÓS.
37. Velasco, M. (2009). Retórica de la imagen fotográfica: La fotografía como documento social y cultural en la lucha por los derechos humanos en el Ecuador en los años 80 y 90. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
38. Vivaldi, M. (1998). Géneros periodísticos. Análisis diferencial. Madrid: Paraninfo
39. Wolf, M. (2003). Los efectos sociales de los medias. México: Paidós.
40. Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Quito: Abya-Yala.
41. Zibechi, R. (2008). Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. Quito: Abya - Yala.

