



UTPL
La Universidad Católica de Loja

Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

Fotoperiodismo

Guía didáctica





Facultad Ciencias Sociales, Educación y Humanidades

Fotoperiodismo

Guía didáctica

Carrera

PAO Nivel

Comunicación

II

Autor:

Patricio Barrazaeta Molina



P E R I _ 1 1 0 5

Fotoperiodismo

Guía didáctica

Patricio Barrazaeta Molina

Diagramación y diseño digital

Ediloja Cía. Ltda.

Marcelino Champagnat s/n y París

edilojacialtda@ediloja.com.ec

www.ediloja.com.ec

ISBN digital - 978-9942-39-905-2

Año de edición: octubre, 2023

Edición: primera edición reestructurada en julio 2025 (con un cambio del 5%)

Loja-Ecuador



**Reconocimiento-NoComercial-Compartirlgual
4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)**

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-Compartirlgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir – copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. Adaptar – remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: Reconocimiento- debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios.** Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. Compartir igual-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original.** No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Índice

1. Datos de información	10
1.1 Presentación de la asignatura.....	10
1.2 Competencias genéricas de la UTPL.....	10
1.3 Competencias específicas de la carrera	10
1.4 Problemática que aborda la asignatura	10
2. Metodología de aprendizaje	11
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	12
Primer bimestre	12
Resultados de aprendizaje 1:.....	12
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	12
Semana 1	12
Unidad 1. Antecedentes del fotoperiodismo	12
1.1. La imagen fotográfica.....	12
1.2. Funciones de la fotografía	19
1.3. Antes del fotoperiodismo	22
1.4. Códigos de la foto de prensa	26
1.5. La fotografía en Ecuador	27
1.6. Fotoperiodismo en Ecuador	32
1.7. Importancia de la fotografía en los medios	33
Actividades de aprendizaje recomendadas	42
Autoevaluación 1	42
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	44
Semana 2	44
Unidad 2. La ética de la fotografía	44
2.1. Marco ético de la fotografía de prensa.....	47
2.2. Foto, ética y violencia.....	53
Actividades de aprendizaje recomendadas	57
Autoevaluación 2.....	58

Resultado de aprendizaje 1 y 2:	61
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	61
Semana 3	61
Unidad 3. Composición.....	61
3.1. Reglas de composición	63
3.2. Planos	70
3.3. Relación de aspecto.....	80
Actividades de aprendizaje recomendadas	82
Autoevaluación 3.....	83
Resultado de aprendizaje 1:	85
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	85
Semana 4	85
Unidad 4. Fotografía digital	85
4.1. La fotografía digital y los píxeles	85
4.2. El sensor	87
4.3. Formatos de archivo	88
4.4. La cámara digital.....	92
4.5. Lentes, luminosidad, distancias focales y Zoom	93
4.6. Ángulos de visión.....	102
4.7. Enfoque.....	106
4.8. Profundidad de campo	110
4.9. Cámaras réflex o DSLR	112
Actividades de aprendizaje recomendadas	117
Autoevaluación 4.....	118
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	120
Semana 5	120
Unidad 5. El triángulo fotográfico.....	120
5.1. Sensibilidad ISO	121
5.2. Velocidad de obturación	123

5.3. Apertura del diafragma	125
5.4. Compensar la luz	126
5.5. Funciones de la cámara.....	128
Actividades de aprendizaje recomendadas	133
Autoevaluación 5.....	133
Resultado de aprendizaje 2:	136
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	136
Semana 6.....	136
Unidad 6. El mensaje fotográfico	136
6.1. Fotografía y noticias	140
6.2. Fotografía y propaganda	143
6.3. Escritura y lectura de la fotografía de prensa.....	150
6.4. Denotación de la fotografía de prensa	151
6.5. Connotación de la fotografía de prensa	155
6.6. Connotación en el mensaje fotográfico.....	162
Actividades de aprendizaje recomendadas	163
Autoevaluación 6.....	164
Resultado de aprendizaje 3:	167
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	167
Semana 7 y 8	167
Unidad 7. Géneros fotoperiodísticos	167
7.1. Fotoperiodismo y foto documental.....	176
Actividades de aprendizaje recomendadas	178
Autoevaluación 7.....	179
Segundo bimestre.....	181
Resultados de aprendizaje 2:.....	181
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	181
Semana 9	181
Unidad 8. Fotoperiodismo de guerra.....	182

8.1. Otros desastres	185
Actividades de aprendizaje recomendadas	188
Autoevaluación 8.....	189
Resultado de aprendizaje 3:	191
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	191
Semana 10.....	191
Unidad 9. Los periódicos con imágenes.....	191
9.1. Relación de la fotografía y el diseño de un diario	201
9.2. Agenda y edición de fotos en un medio	204
9.3. Equipo de un medio de comunicación.....	206
Actividades de aprendizaje recomendadas	209
Autoevaluación 9.....	210
Resultado de aprendizaje 1:	212
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	212
Semana 11	212
Unidad 10. El recorrido por el fotoperiodismo	212
10.1. Descubrimiento de la fotografía en 1839	212
10.2. Del periodismo al fotoperiodismo 1888-1936	214
10.3. Fotografía sociológica	217
10.4. Nace el fotoperiodismo en Alemania	218
10.5. El periodismo moderno a partir de 1936.....	219
10.6. La fotografía de autor humanista	221
Actividades de aprendizaje recomendadas	222
Autoevaluación 10.....	222
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	225
Semana 12	225
Unidad 11. El contexto de la fotografía de prensa	225
11.1. Las primeras fotos en los periódicos ecuatorianos	227
11.2. Noticias y premios	230

11.3. Nueva visión del mundo	232
Actividades de aprendizaje recomendadas	234
Autoevaluación 11.....	234
Resultado de aprendizaje 3:	237
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	237
Semana 13.....	237
Unidad 12. Claves del fotoperiodismo.....	237
12.1. Perfil del fotoperiodista	242
12.2. Formación de los fotoperiodistas	245
12.3. El texto de la noticia y la fotografía de prensa.....	248
12.4. El pie de foto.....	250
Actividades de aprendizaje recomendadas	252
Autoevaluación 12.....	253
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	255
Semana 14.....	255
Unidad 13. La fotografía y los medios	255
13.1. La cultura fotográfica.....	257
13.2. La agenda de un medio	258
Actividades de aprendizaje recomendadas	261
Autoevaluación 13.....	262
Resultado de aprendizaje 1:	264
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	264
Semana 15 y 16	264
Unidad 14. Postfotografía.....	264
14.1. ¿Qué es la postfotografía?	268
14.2. Contrafotografía.....	272
14.3. Tendencias futuras del fotoperiodismo.....	273
Actividades de aprendizaje recomendadas	275
Autoevaluación 14.....	276

4. Autoevaluaciones	278
5. Referencias bibliográficas	292





1. Datos de información

1.1 Presentación de la asignatura



1.2 Competencias genéricas de la UTPL

- Comunicación oral y escrita.
- Pensamiento crítico y reflexivo.

1.3 Competencias específicas de la carrera

Gestionar, generar, producir, productos comunicacionales para ser publicados en medios de comunicación multiplataforma con el fin de informar a la sociedad.

1.4 Problemática que aborda la asignatura

Demasiadas fotografías invaden la mirada de los espectadores cada día. Tal volumen de consumo impide a los ciudadanos crear su propio criterio de pensamiento visual – fotográfico. La materia abarca el aprendizaje de la fotografía para desarrollar desde lo técnico y reflexivo para mirar la imagen fotográfica desde la óptica social.



2. Metodología de aprendizaje

Actualmente, es muy complejo pensar que debemos estudiar fotografía. Tenemos la certeza de que sabemos hacer fotos con los dispositivos electrónicos. La cuestión de fondo es: ¿para qué hacemos las fotos? Es una pregunta que exige la reflexión del autor para adentrarse en el mundo de la fotografía no solamente desde la complejidad que compone el sistema físico (óptica y electrónica), sino el sistema filosófico, es decir, el verdadero rol que desempeña la fotografía en la sociedad actual.

Ante estas dificultades, se propone un aprendizaje basado en dos ejes fundamentales: por un lado, aprendizaje **experimental**, que nos conduce a crear nuestras imágenes desde la personal cosmovisión que tenemos; y por otro, el aprendizaje por **observación**, ya que deberemos estudiar a los referentes de la fotografía en distintas especialidades.



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultados de aprendizaje 1:

Aporta al desarrollo de la cultura visual.

El aporte a la cultura visual es una de las misiones de un profesional de la comunicación, especialmente en las materias que se basan en lo visual. Esperamos que este primer resultado genere en usted un espíritu crítico sobre la fotografía.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 1

Unidad 1. Antecedentes del fotoperiodismo

En esta unidad vamos a comprometernos con la fotografía y la relación que las personas guardamos con ella. Hoy, más que nunca, tenemos relación con las fotografías.

1.1. La imagen fotográfica

La gente besa las fotos, las lleva a manifestaciones, las quema, las entierra, las desfigura, las rescata de incendios e inundaciones y jalonan hitos de la vida con ellas (Adatto, 2010, pág. 316).

“Cuando François Arago hizo la presentación pública del daguerrotipo, destacó que el invento venía a incidir sobre la percepción y la memoria” (Fontcuberta 2010, pág. 169). El nuevo invento permitía capturar cientos de detalles que son imposibles de observar a simple vista, haciendo notoria la limitación de los hombres; además, su perdurabilidad incidía en la capacidad de la memoria, guardando la información visual a lo largo del tiempo.

La combinación de mirada y memoria, hasta entonces limitada a la capacidad humana y a la transmisión oral, pasa a tener un sustento físico por medio de la fotografía. La demostración alcanza su más alto interés con la invención de los primeros aparatos fotográficos a mediados del siglo XIX. Por primera vez en la historia, la imagen triunfa sobre la tradición hablada.

Desde la masificación de la fotografía gracias a los inventos de [Disderi](#), la imagen se populariza y permite que las personas económicamente menos favorecidas se identifiquen por medio de ella. A partir de ese momento, se podría ver y admirar paisajes y personas por medio de la imagen: “Fotografiar es apropiarse de lo fotografiado” (Sontag 2015, pág. 16), y mediante este sentimiento de apropiación se desarrolla la cultura visual hasta nuestros días.

Con los avances de la fotografía se muestran nuevos conocimientos invisibles al ojo desnudo. Las teorías cobran fuerza y se desvelan algunos cuestionamientos científicos de mediados del siglo XIX. “Las cámaras no se limitaron a posibilitar nuevas aprehensiones visuales. Cambiaron la propia visión” (Sontag 2015, pág. 136). La ruptura entre la continuidad y tangibilidad del objeto/sujeto referente pasó desapercibida para los observadores.

La fidelidad de la imagen como testimonio acompañará al hombre a registrar desde los conflictos bélicos hasta las manifestaciones civiles, desde los paisajes urbanos hasta los confines submarinos y las cumbres más altas. “El fragmento de realidad grabado en la fotografía representa la congelación del gesto y del paisaje, y, por lo tanto, la perpetuación de un momento; en otras palabras, de la memoria” (Kossoy, 2001, pág. 118).

Tendrían que pasar dos décadas desde la invención de la fotografía para que tuviera usos claros en la sociedad. Los contadísimos fotógrafos (mezcla de alquimistas e inventores), tenían limitaciones económicas y técnicas para el desarrollo de la fotografía como un medio de expresión o registro. Pese a que la fotografía no fue considerada como un arte, por los tribunales franceses, sino hasta finales de la década de 1860, hubo muchas fotografías definidas como arte desde sus inicios.

Entre los usos más comunes de la fotografía de finales del siglo XIX se pueden encontrar las tarjetas de visita, utilizadas como postales de recuerdo de quienes realizaban visitas familiares o protocolarias. Estas fotografías fueron marcadas por sus autores en el reverso.

Kossoy (2001, pág. 69) recuerda que “Es posible encontrar personalidades relevantes, montadas en tarjetas sin identificación” (Kossoy, 2001, pág. 69) debido a que otros fotógrafos se podían ganar la vida haciendo copias de los famosos y vendiéndolas a precios que variaban de acuerdo a la fama y popularidad del sujeto retratado.

Ya en 1888, cuando George Eastman pone a la venta las primeras cámaras Kodak portátiles de uso masivo, se prescinde de los aparatos pesados y nace la fotografía de aficionados a escala mundial. Con este paso, se abre la brecha entre los artistas y los fotógrafos aventureros que ignoran las reglas compositivas más elementales, pero que a fuerza de experimentación contraen la realidad del planeta, acercando hechos y lugares distantes. A su vez, las cámaras que se quedaron en las ciudades tuvieron la tarea de registrar la no menos interesante vida cotidiana, mostrando resultados que influyeron en la opinión pública e incluso modificarían leyes en varios países.

El siguiente paso fue, por supuesto, la fotografía sociológica en la que los pioneros fueron [Lewis Hine](#) y [Jacob Riis](#). Desde entonces, el trabajo fotográfico cobrará importancia y, paulatinamente, se irá intensificando su presencia en las revistas y los periódicos.

La evolución que han vivido los medios de comunicación ha permitido que se incluya entre sus páginas un mayor número de fotografías y que sean sometidas a una selección más rigurosa.

En su ensayo sobre el rol de la fotografía en la sociedad, Bordieu (2003), propone que hay una aspiración natural a practicar la fotografía. Esta idea está fuertemente vinculada con los procesos visuales y con el entusiasmo humano por las imágenes.

Los roles que la fotografía asume a partir de su consolidación se relacionan de manera definitiva con la información, la transmisión de conocimiento, la investigación, los descubrimientos de la ciencia y de la geografía. Del mismo modo, la separación del sentido de la vista como parte esencial del proceso de adquisición de conocimiento inauguraba una confrontación entre la memoria (documentación) y la experimentación entendida como fotografía artística.

La capacidad de la fotografía nos conduce directamente a pensar en sus posibilidades de uso en la sociedad, siendo uno de sus mayores aportes su vinculación en actividades políticas, sociales y hasta deportivas, convirtiéndose en un ente cotidiano de la comunicación y la representación de los hechos y de la forma de vida en comunidad. La facilidad actual de producir y consumir imágenes conduce a preguntarnos si estamos capacitados para este ejercicio. No únicamente al uso de dispositivos, sino a las razones de por qué hacerlo. Como apunta el estudio de Paul Mesaris (2001):

Uno no puede asumir que el consumo de imágenes visuales lleva a una persona a mejorar su capacidad creativa en el campo visual. Es una de las maneras en las que la literatura visual difiere radicalmente de las competencias escritas del lenguaje escrito [1]

Esta realidad compromete a los formadores en educación visual (y de los medios de comunicación) a enseñar a leer imágenes de manera crítica, hecho que remite a los cuestionamientos propuestos por Salkeld (2014):

No es necesario estudiar semiótica para comprender una fotografía; lo único que se necesita es un poco de sentido común... Pero ¿de dónde procede el sentido común? Generalmente, se aprende, aunque sea de modo inconsciente, y se transmite a través de la educación y la tradición (p 61).

El espectador promedio aprende a leer las imágenes de manera autodidacta y no siempre con la profundidad necesaria. Tampoco podemos hablar de un aprendizaje por ensayo y error, debido a que no hay un referente de comparación.

Muy pocos exigen una mejor calidad visual a los medios de comunicación. Las mayores demandas de los consumidores se han presentado cuando se imprimen fotografías de cadáveres o heridos, siendo aquí donde se abraza la sentencia de Pelizzon, (2014, pág. 70), afirmando que la cámara es “El más eficaz instrumento de familiarización y apropiación del mundo”.

Los medios de comunicación no han generado una propuesta para alfabetizar correctamente a los lectores, o, cuando menos, no lo han hecho de manera clara. No es posible esperar que el público tenga una actitud crítica frente a los medios de comunicación y a sus imágenes sin antes haber dado las herramientas suficientes para que tal ejercicio sea posible. En tal sentido, todo lo referente a infografía puede ser más fácilmente interpretado: cuenta con una parte textual y otra gráfica que facilita su lectura y esa es su razón de ser. Las relaciones entre la gráfica y el cuerpo de la noticia son más fáciles de asimilar. Sin embargo, no se debe confundir hacer una imagen con la acción de disparar una cámara de fotos o video en casa. Ese sería el aspecto prebásico de escribir imágenes: no demanda una cuestión crítica, moral o técnica que vaya más allá de presionar un botón.

Las aplicaciones caseras se reducen al eslogan “Usted aplasta un botón, y nosotros hacemos el resto” [\[2\]](#).

Desde la investigación y el estudio de la imagen, es necesario construir el empeño para que se tome conciencia y se haga uso y consumo crítico de la imagen. Apostar por calidad y criterio en la cultura visual exige una educación adecuada en lectura de imágenes y esta educación debe abarcar desde los medios impresos, los productos audiovisuales, los videojuegos y la publicidad, hasta todas aquellas formas de imagen que se puedan presentar en la sociedad.

En el fotoperiodismo, la imagen interactúa con el texto y entre ambos se complementan. Puede aportar un significado contextual a aquellos medios de comunicación escrita, convirtiéndose en un complemento de las noticias. Pero el texto se convierte, también, en el complemento de la fotografía, de tal manera que se produce una simbiosis entre texto e imagen. Lo destaca Lister (1997):

Las imágenes fotográficas adquieren significado en el contexto de la palabra hablada y de la cultura oral fortuita... Los significados de las imágenes fotográficas en los periódicos y revistas, aunque tienen una relación obvia con el texto, también se pueden modular a medida que se habla o se argumenta sobre ellas (p 63).

Tal vez porque las imágenes puedan perdurar incluso más que el lenguaje de ciertas comunidades, estas se han convertido en elementos que integran la realidad de los individuos de una sociedad. La modificación de las imágenes será mucho más lenta que la del lenguaje, a pesar de que los códigos sociales de la imagen estén cambiando, especialmente en el arte de las culturas urbanas.

La fotografía informativa gana su espacio como una “entidad propia y forma parte del complejo proceso comunicativo con un lenguaje independiente y autónomo, capaz de expresar mejor que ningún otro la síntesis de los acontecimientos” (Caballo A y Caballo M, 2011, pág. 24).

Para estudiar la fotografía es indispensable partir de su concepción como imagen. “*La civilización de la imagen* comienza a delinearse en el momento en que la litografía reproduce las obras de los artistas” Kossoy (2001, pág. 102).

La fotografía confirmó el instinto humano de usar las imágenes como medio de memoria y de apoderamiento de lo retratado. La ilusión de cercanía producida por la imagen fotográfica es percibida como una realidad y deja de lado la limitación humana al momento de reproducir la naturaleza en un medio perdurable, hecho que hasta entonces hacían únicamente los artistas, siempre disponiendo de un tiempo muy holgado.

La importancia que el ser humano ha conferido a las imágenes es tan alta que en muchas ocasiones se ha igualado a la realidad. Capturar primero la imagen de los animales para luego cazarlos, significó un entendimiento humano entre el entorno y la proyección que significa la imagen. No obstante, conforme las sociedades evolucionaron, se entendió que la imagen no es la 'cosa' representada. Sin embargo, no la relegó a un segundo plano, más bien la convirtió en un elemento indisociable de todos los acontecimientos. No hay cultura en el mundo que no haga uso de las imágenes para representar sus creencias y tradiciones. Hay que recordar que los alfabetos, la escritura y la lectura tienen en las imágenes su pilar esencial.

En Italia, por ejemplo, entre los siglos XIV y XVII, las hermandades creadas para consolar a los condenados a muerte entregaban las *tavolettas* [3] como símbolos de sanación, arrepentimiento e incluso perdón. En este caso, el símbolo (conformado por el signo y la imagen) son la encarnación de lo que significan.

Otro ejemplo del poder de las imágenes y de su influencia lo constituyen los cuerpos de los piratas ahorcados en los postes de los puertos como advertencia del castigo por sus actos. La imagen ocupa un lugar preponderante en la vida. Pero hasta la invención de la fotografía no hay una representación de la realidad que no sea un simbolismo donde interviene una mano y la (recreación de los artistas, no obstante, con la fotografía, la imagen forma parte indispensable de un sistema de información y juega un papel vital en el desarrollo y la memoria.





Hoy, gracias a la masiva presencia de las redes sociales, la imagen en general y la fotografía en particular ocupan gran parte del tiempo de los lectores. Los teléfonos inteligentes conectados a *Internet* demandan la atención constante y se han convertido en uno de los principales canales de información y comunicación actuales.

1.2. Funciones de la fotografía

La fotografía marca el logro humano de la *perfección* en la reproducción de la imagen de una manera más profunda que sus antecesores, el dibujo y la pintura. Cuando se presentó por primera vez el daguerrotipo, el 19 de agosto de 1839, se encumbraron las virtudes de este invento para establecer nuevas normativas en la percepción humana de las imágenes, reproduciendo, con precisión nunca antes vista, todo cuanto el hombre pueda imaginar; desde elementos microscópicos hasta las más lejanas constelaciones y permanecer en la memoria histórica e individual. “La bifurcación de estas dos categorías inaugura una dialéctica entre documentación y experimentación, pero también entre memoria y desmemoria”. (Fontcuberta, 2010, pág. 169), convirtiéndose en aliada de los recuerdos, alternando entre la realidad y la imagen de esa realidad. La principal función de la fotografía pasa a ser perennizar la memoria humana. A partir de este principio, las demás funciones son el resultado de las reflexiones que se generan en torno a los estudios de la imagen.

Entre las principales funciones de la imagen hallamos que 1) se parezca a la realidad; y 2) se puedan reproducir con una relativa facilidad. Estas dos virtudes dan como resultado la iconicidad de la imagen, definida como la representación de un elemento para producir en el espectador el mismo efecto que cuando observa la realidad. Es así que la fotografía goza de un alto grado de iconicidad. Moles (2009), la ubica en el cuarto lugar de los doce posibles, siendo el primero el propio objeto. Villaña y Mínguez (2012), coinciden en

esta clasificación, ubicando a la fotografía en color en el octavo lugar. La escala propuesta por ellos alcanza una máxima calificación en el undécimo nivel que se corresponde con la imagen natural.

Si hay algo en lo que los estudiosos coinciden, es en resaltar el valor comunicativo de la fotografía en la página de un medio, desde su capacidad para atraer lectores hasta la función narrativa de las noticias. La relación existente entre el objeto y la fotografía, es decir, entre el referente y el resultado que de ella se extrae, es también resaltado por Barthes (2004, pág. 120) cuando afirma: "Llamo referente fotográfico, no a la cosa *facultativamente* real a que remite una imagen o un signo, sino a la cosa *necesariamente* real que ha sido colocada ante el objetivo y sin la cual no habría fotografía".

A partir de entender la fotografía en su relación con la realidad, se confirma que tiene como objetivo reproducir la realidad convirtiéndola en signos visuales e informativos. Como afirma Ledo (1998, pág. 53) "Ninguna otra representación es tan comprensible como la foto". Desde la construcción de tales signos, algunas fotografías pasaron a simbolizar determinados capítulos de la historia, como los representados por la foto captada por Nick Ut de la niña huyendo de la aldea vietnamita bombardeada por Napalm o la niña afgana retratada por Steve McCurry, cuyos nombres se diluyeron en la historia.

Figura 1

Niña huyendo de la aldea en Vietnam



Nota. Adaptado de Kim Phuc [Fotografía], Nick Ut 1972. ([Kim Phuc](#))

Gracias a la intervención de la fotografía, las sociedades y los individuos han inmortalizado la historia, en muchos casos reafirmando las diferencias y estableciendo funciones bien determinadas. Aunque “El obsesivo control de la imagen y el remodelado de la memoria colectiva han establecido una de las operaciones prioritarias y obsesivas en sistemas poco o nada democráticos”. (Fontcuberta, 2015, pág. 182) como los casos estudiados por Diego y Daniel Caballo. Es así que este ejercicio de inventar imágenes (y con ellas la memoria) ha llevado a varios autores a definir las funciones de la fotografía, sobre todo en su relación con los medios de comunicación.

Doménech (2014) indica que “la fotografía aplicada a la prensa no solo debe ser complementaria de los textos escritos, sino que ella misma debería ser lectura profunda y sugerente”. Este estudio se centra en la clasificación establecida por Laura González y Pedro Pérez Cuadrado (2001, pág. 146) que identifica las funciones del fotoperiodismo en:

- Documental.
- Simbólica.

- Ilustrativa.
- Estética.
- Entretenimiento.

A estas funciones se suma la capacidad de la fotografía periodística para encarnar un concepto cuando este no tiene relación directa con la noticia a la que hace alusión. Se denomina a esta función referencial, ya que la foto que se emplea únicamente tiene unidad convencional o causal con el concepto mencionado en el texto de la noticia.

1.3. Antes del fotoperiodismo

Para estudiar el fotoperiodismo es necesario, además de comprenderlo en el contexto histórico en el que se ha analizado antes, darle una definición precisa. Puesto que pocos son los autores que se han aventurado a definir esta rama de la comunicación, merecen ser citadas las propuestas elaboradas por Sousa (2011, pág. 17):

- a. Fotoperiodismo (*lato sensu*) realización de fotografías informativas, interpretativas, documentales o “ilustrativas” para la prensa u otros proyectos editoriales relacionados con la producción de información de actualidad.
- b. Fotoperiodismo (*stricto sensu*) actividad que puede apuntar hacia la información, hacia la contextualización, ofrecer conocimiento, formar, esclarecer o marcar puntos de vista (opinar) a través de la fotografía de acontecimientos y de la cobertura de asuntos de interés periodístico.

Por su parte, Villaseñor (2012), indica que la foto de prensa es “un vehículo para transmitir mensajes, noticias, opiniones o motivar actitudes y respuestas en el lector. Independientemente del soporte o tecnología que la difunda”.

El intercambio de información está en la base de la mayor parte de las actividades humanas, por lo tanto, el hombre creó rápidamente medios de comunicación después de la aparición de la imprenta. Los primeros productores de periódicos y revistas idearon la venta de información y a partir



de ahí las industrias vieron el potencial de la publicidad. Lentamente, la imprenta se fue desarrollando y sus técnicas mejoraron, apareciendo productos mejor presentados para el público. Asimismo, cuando la tecnología permitió que la fotografía entrara en los medios de comunicación, estos no solo cambiaron su forma, sino que modificaron la manera en que los consumidores de información vieron el mundo.

Las masas populares accedieron a los medios de manera progresiva. Por su parte, la prensa respondió con más información e imágenes. Se consolidó como empresa intermediaria de la información y de la publicidad. Simultáneamente, “En la medida en que la fotografía comienza a ser más utilizada en la prensa, aparecen los primeros reporteros fotográficos profesionales”. (Sousa, 2011, pág. 61). La inclusión de los reporteros gráficos como parte del equipo de los diarios se empezaría a hacer necesaria en los primeros años del siglo XX, debido a la inclusión cada vez mayor de fotografías.

La historia del fotoperiodismo se remonta a los primeros trabajos fotográficos elaborados con la intención de ser públicos. Todas las investigaciones de este tema toman como punto de partida el trabajo realizado por Roger Fenton en la guerra de Crimea (1853 – 1856). Y aunque el trabajo de Fenton no mostró toda la realidad de la guerra, fue el hito que marcó el inicio de una larguísima historia.

Al trabajo de fotógrafo de guerra iniciado por Fenton se sumó inmediatamente James Robertson, probablemente el primero en fotografiar muertos en combate, además de Felice Beato, Heinrich Grat, Adolph Halwas, entre otros. Posteriormente, en la guerra Franco Prusiana (1870 – 1871) se capturaron las primeras fotografías de soldados en acción en el campo de batalla. Surge el criterio de proximidad como primacía de la fotografía. Inmediatamente después de este trabajo, considerado también el primer reportaje de guerra, se aceleran los procesos: el número de fotógrafos crece de manera exponencial y la tecnología brinda un aporte invaluable al desarrollo del fotoperiodismo como profesión.

Los avances tecnológicos en el desarrollo de las ópticas para la fotografía, paralelos al desarrollo de materiales fotosensibles más adecuados para el uso fotoperiodístico, ayudaron a que la fotografía fuera un elemento fundamental en los medios de comunicación, ya sea para alentar el ánimo de un bando o para desmoralizar a los contrarios.

Los principales aspectos destacables sobre el desarrollo del fotoperiodismo durante la cobertura de la guerra de Secesión (1861-1865) pueden resumirse en los siguientes puntos: (Sousa, 2011, pág. 48).

El descubrimiento definitivo, por parte de los editores de las publicaciones ilustradas, de que los lectores también querían ser observadores visuales (Thompson, 1994); la fotografía pasa a ser vista como una fuerza con capacidad de persuasión debido a su “realismo”, a su verosimilitud.

Se acentuaría la “crono mentalidad” de los fotoperiodistas que accedieron al servicio de trenes para el envío de sus fotografías. Se vuelve preciso estar cerca del acontecimiento cuando este tuviese lugar.

La emergencia de la noción de que la fotografía poseía una carga dramática superior a la de la pintura, y que era ahí donde residía el poder del nuevo medio.

A la guerra se la desviste de su aureola de epopeya.

Se evidencia que la imagen de la guerra es, frecuentemente, la imagen que de ella da el vencedor o, por lo menos, que en todo caso, la imagen final de la guerra es conformada según la prensa más fuerte.

Nunca más se desarrollaría un conflicto bélico sin el acompañamiento de la fotografía, hasta el punto que se puede afirmar que en algunas ocasiones la fotografía cambió la guerra, como en el caso de la guerra de Vietnam (1955-1975), en la que el grado de influencia de las imágenes en la opinión pública de los ciudadanos de Estados Unidos fue determinante. La fotografía incluso tuvo mayor impacto y remembranza que las proyectadas en la televisión.

A mitad del siglo XIX son varias publicaciones ilustradas que inician su circulación, entre ellas: *The Illustrated London News*, la primera revista ilustrada (1842). Según ha afirmado Sousa (2011), en los Estados Unidos surgieron fotoperiodistas que cultivaron su propia visión de lo real, como Arthur Felling (Weegee). La influencia de estos autores haría de la fotografía una nueva forma de expresión tanto en los medios de comunicación como en las galerías de arte. Los trabajos de Lewis Hine y Jacob Riis contribuyeron en gran medida a cambiar las leyes laborales para los niños en Norteamérica.

Pero es realmente en la segunda y tercera década del siglo XX cuando el fotoperiodismo toma posesión definitiva en periódicos y revistas. Los reporteros gráficos buscaron que la imagen fuera considerada como documento. Deseaban que el público considerara la fotografía como un componente de información y de comunicación. Hay que señalar que en el desarrollo del fotoperiodismo se marca como un hito el surgimiento de la revista *National Geographic* (1888). La trayectoria de este medio de comunicación no hubiera sido la misma sin la existencia de la fotografía. En la actualidad, las páginas de esta revista acogen el más selecto trabajo de fotoperiodistas reconocidos alrededor del mundo.

La fotografía documental parte de puntos de vista muy diferentes. Tomaremos como referencia a dos grandes autores, de tiempos y lugares distintos: 1) para Cartier Bresson (Francia, 1908) lo más importante es el instante decisivo, en el que confluyen varios aspectos que son espontáneos e irrepetibles; y, 2) Sebastiao Salgado (Brasil, 1944) sostiene que hay que adentrarse en lo que pasa para que la imagen resultante pueda ser catalogada como documental. Ambas vertientes son algo dispares; pero se puede destacar que el fotógrafo debe estar comprometido con el evento para no perder la oportunidad de captar lo que se sea necesario.

En el estudio de la historia de la fotografía interesan las imágenes que presentan documentos de la diversidad de temas que fueron registrados en el recorrido de los tiempos. "También son importantes para es historia las



circunstancias relacionadas con el proceso que dio origen a tales imágenes, así como el uso que se ha hecho de ellas como testimonio visual de cierta situación o de cierto hecho". (Kossoy, 2001, pág. 45).

1.4. Códigos de la foto de prensa

Debido a la costumbre arraigada que tenemos de consumir imágenes, nos resulta muy familiar determinar si una foto nos gusta o no. No obstante, como profesionales de la comunicación es necesario conocer las herramientas para leer una imagen más allá del primer vistazo que damos en una página o una pantalla.

¿Alguna vez se han preguntado por qué una foto les gusta? No hay una respuesta lógica; sino visceral. Y no es que exista solo una foto que nos guste; sino muchas de ellas. Incluso podemos afirmar que esas fotos que nos gustan representan alguna relación afectiva; o despiertan algunas sensaciones como gusto o ternura, incluso algunas veces rechazo; pero no nos dejan indiferentes.

Siguiendo la propuesta de los códigos de la fotografía de prensa propuestos por Villaña y Mínguez, (2012, pág. 278), la tabla 1 nos presenta la descripción de cada uno de ellos:

Tabla 1*Códigos de la fotografía de prensa*

Código	Implica:	Se ha considera en el estudio mediante:
Código Espacial	Encuadre pensando en términos de plano y ángulo.	Plano, ángulo y composición.
Código Gestual	Tomas de personas en actitudes equívocas.	Existencia de oportunismo.
Código escenográfico	Elementos que actúan como referencias.	Escenarios, señales de advertencia o de tráfico, monumentos u otros elementos que permitan identificar el origen de la imagen.
Código Simbólico	La asunción de una fotografía por el simbolismo del objeto fotografiado.	Presencia de elementos que eroguen un significado especial a la imagen. (Una medalla significa un honor)
Código Lumínico	La correcta iluminación provoca en el lector sensación neutra, las oscuras, provocan rechazo.	No se considera porque las fotos de prensa tienen una correcta exposición o se regula el grado de iluminación para impresión.
Código gráfico	Manejo de color, contraste, trama y perspectiva.	Enfoque al sujeto principal o fondo, uso de color, ubicación en la página o secuencia.

Nota. Barrazaeta, P., 2023.

1.5. La fotografía en Ecuador

Desde la llegada de los primeros aparatos fotográficos a Ecuador hasta la popularización de la fotografía varios años más tarde, la constante en varias ciudades, al igual que ocurrió en otras capitales americanas y europeas, es el privilegio del que disfrutaban las clases más pudientes.

Aunque no hay un registro cuantitativo de los costos de esta invención, salvo los avisos de los periódicos de la época que anuncian precios económicos, resulta lógico pensar que su limitado acceso era prohibitivo para personas de escasos recursos económicos, tal como sucedió en Europa a finales del siglo XVIII. A esta circunstancia se suma obligatoriamente la falta de conocimiento sobre esta tecnología que a inicios del siglo XIX era exclusiva de unos pocos fotógrafos.

Las evidencias históricas apuntan que la fotografía llega a Ecuador de la mano de viajeros que vinieron al país y captaron sus paisajes, vistas panorámicas, familias acaudaladas y personajes políticos. El lentísimo acceso a la fotografía por parte de las clases menos privilegiadas forzó que estas no se vieran reflejadas en los registros de principios del siglo pasado. Varios son los historiadores que reconocen este hecho acotando siempre la misma razón: una brecha insuperable de diferencia de clases; esta es la verdadera discrepancia, no la capacidad de compra, ideológica y/o de conocimiento.

Según los estudios de Chiriboga y Caparrini (2005), la fotografía llega a Ecuador en 1840, traída por viajeros y aventureros. La fecha que dan estas autoras toma como referencia los periódicos de esa época que ofertaban servicios de daguerrotipo.

Entre 1840 y 1842, los periódicos ecuatorianos trataban de seguir la pista de los avances tecnológicos relacionados con el daguerrotipo. Resulta un dato interesante que los anuncios de los periódicos *La Gaceta del Ecuador* y *El Correo de la Semana*, de Quito y Guayaquil, en ese orden, estaban dirigidos a comerciantes cuyos intereses incluían la importación y comercialización de artefactos relacionados con los incipientes avances fotográficos.

Durante la primera mitad del siglo XIX los aparatos fotográficos eran voluminosos y pesados, a la vez que el producto de estos trabajos no estaba al alcance de todos. La mayor parte de los registros de ese tiempo son retratos de personas de la clase social alta. A esto se suma que en su mayoría los fotógrafos eran extranjeros y no se interesaban por la situación política y social del país, sino por realizar un registro étnico, geográfico, botánico y, hasta

donde se puede conocer, nunca faunístico. Hay que señalar también que los medios de comunicación no incluían fotografías en sus páginas (se puede ver algunos ejemplos de imágenes en los medios, pero ninguna de ellas proviene de la fotografía), por lo que el ejercicio de reportero de prensa era inexistente.

Debido a todo lo mencionado anteriormente, la diferencia de las clases sociales se preservó de alguna manera a través de la fotografía. Es en abril de 1886 cuando Camilo Pérez, comprador del estudio de Enrique Morgan, el más destacado fotógrafo de la época, oferta en un periódico quiteño una gama amplia de retratos a precios diferentes, destacándose en el anuncio la palabra cómodos.

Desde 1868 hasta 1890, son varias las expediciones de fotógrafos que recorrieron Ecuador en busca de los *tipos humanos* y de las especies botánicas. Obviamente, estos exploradores aprovecharon para registrar los paisajes del país, entre los que destacan las ciudades de Quito, Guayaquil y los volcanes de la sierra. El resto de ciudades eran menos apreciadas por los viajeros que deseaban conocer Ecuador, todos ellos provenientes de ciudades europeas o norteamericanas, no vieron el potencial de los pueblos y ciudades pequeñas del territorio nacional. No obstante, hay que mencionar que en casi todas las ciudades de Ecuador hubo algún intento de incursión en el nuevo arte de la fotografía, producto de lo cual hay un limitado registro de Ibarra, Riobamba, Loja, Portoviejo, Babahoyo y Puyo, entre otras; trabajos que se recogen en la *colección fotográfica del siglo XX*, presentada por el Consejo Nacional de Cultura.

Otro factor a tener en cuenta en la fotografía es la modificación de imágenes. Editores de la publicación “Quito a la vista”, en una de sus primeras apariciones, advierten al público que en su edición se ha eliminado el elemento indígena que *afea y da pobrísima idea* de la población y la cultura. (Consejo Nacional de Cultura, 2008). En la publicación que esta revista dedica a la fotografía de Ecuador, recoge dos de las imágenes en las que se ha suprimido a los indígenas de la fotografía mediante rudimentarios procedimientos. Curiosamente, uno de los principales involucrados e impulsores de esta publicación, Laso Chenut, realizó en los primeros años una colección de las

costumbres de los indígenas que habitaban los alrededores de Quito, mostrando cierto interés por la cultura indígena de la ciudad, como se observa en la figura 2:

Figura 2

Edición rudimentaria de una fotografía



Nota. Adaptado de San Francisco [fotografía], José Domingo Laso, 1912, en Revista Nacional de Cultura. Abril de 2008

Sin embargo, uno de los primeros y más populares usos de la fotografía de Ecuador es el de tarjetas personales o de visita. Miden aproximadamente 6x9 cm. Se adherían a cartones específicamente fabricados y con el distintivo del fotógrafo en el reverso; hay registro de presidentes que las utilizaron. De igual modo, los inicios de la fotografía están marcados por la diferencia que años más tarde se repitió cuando la tecnología digital inició siendo muy costosa y paulatinamente fue popularizándose.

La burguesía media encontró en la fotografía el nuevo medio de autorrepresentación conforme a sus condiciones económicas e ideológicas [...] No obstante, de igual forma que la moda arranca en su planteamiento de las capas superiores de la sociedad, siendo adoptada por ellas antes de bajar poco a poco a las capas inferiores, así ocurrió con la fotografía; en un principio se vio adoptada por la clase económica dominante, la que tenía en sus manos el poder verdadero: industriales, propietarios de fábricas y banqueros, hombres de Estado, literatos y sabios y todo aquel que pertenecía a los medios

intelectuales de París. Y poco a poco, fue descendiendo a las capas más profundas de la media y pequeña burguesía, a medida que se incrementaba la importancia de esas formaciones sociales (Freund, 2011, pág. 24).

Las tarjetas de visita llevaban el nombre del fotógrafo que las había impreso o de su estudio (en algunos casos en anverso y reverso). Este uso de la fotografía tuvo como fin principal el envío de recuerdos de las clases dominantes y en algunos casos funcionaban como una variedad de postales o breves cartas personales. Estas cartas de visita fueron una señal de amistad en los círculos sociales que pudieron pagar el importe de estos valores.

Por otro lado, a mediados de siglo XIX, la fotografía estaba muy vinculada al arte en el sentido de exaltar lo bello, la idealización del ser humano y de los objetos. Este vínculo se desprende del lazo que une a la fotografía con el arte: no se podía concebir un cuadro de una escena que resultara grotesca o con estética pobre. Incluso una buena parte de los fotógrafos de inicios del siglo XIX, utilizaban en sus tarjetas y anuncios de periódicos la gráfica de la paleta de pintor y la muletilla de *fotógrafos* y *pintores*. En tal sentido, el arte fue clave en el nacimiento de la fotografía:

Muchos de los primeros fotógrafos salían de un ambiente que suele conocerse bajo el nombre bohemia; pintores que no habían conseguido crearse una reputación, literatos que más o menos sobrevivían escribiendo artículos de ocasión, miniaturistas y grabadores arruinados por la nueva invención (Freund, 2011, pág. 36).

Tras el terremoto de Quito de 1859, Rafael Pérez logró un registro histórico del estado en el que quedó la ciudad sin ocuparse profundamente de lo que no era considerado *publicable* a esa fecha por no ser bello, destacable o ideal.

Años más tarde, esa ruptura de paradigmas de la estética le permitió a Pérez fotografiar el cadáver del presidente García Moreno (asesinado en 1875 y al que el mismo Pérez retratará para sus tarjetas personales de visita y en otras ocasiones, tanto en Guayaquil como en Quito) figura 3. Las mismas fotos de Pérez fueron utilizadas para la ceremonia de procesión de su funeral.

Figura 3

Cuerpo de Gabriel García Moreno



Nota. Adaptado de Muerte de García Moreno [fotografía] Rafael Pérez, 1875, en El retrato iluminado, PÁG. 79

Se puede afirmar que Pérez fue el pionero en fotografía documental en Ecuador gracias a sus trabajos de “actos casuales” que fueron la característica de este fotógrafo. Los estudios de su obra apuntan a que no obtuvo las imágenes con fines de notabilidad, sino pensando en la historia, en el registro de una época, con un compromiso de posteridad. Actualmente, los fotógrafos no pueden permitirse pensar en si están haciendo historia, hoy se tiene en mente la inmediatez y la competencia en sitios web y redes sociales.

Con el surgimiento de los géneros fotoperiodísticos, el público se abstraerá de la verdad para aterrizar en el terreno de lo verosímil. El encargado de esta tarea fue el fotoperiodismo, que influirá de manera definitiva en la construcción de la realidad social.

1.6. Fotoperiodismo en Ecuador

Es muy poca tradición fotoperiodística en Ecuador. Pese a que existen excelentes fotógrafos en los medios de comunicación, poco es el reconocimiento que se les ha dado. Los fotorreporteros tradicionalmente se han visto enfrentados a un trabajo que deben aprender de manera empírica o conformarse con limitadísimas posibilidades de especialización.

Varios son los factores que afectan al fotoperiodismo ecuatoriano:

- Tecnologías que facilitan a los usuarios tomar cientos de imágenes en cualquier lugar de la ciudad o país.
- Incremento desmedido de las redes sociales.
- Los medios de comunicación aceptan las fotografías de aficionados que entregan sus aportes, sin remuneración económica.
- Tiempos de edición limitados.
- Temor de los medios impresos a la pérdida de rentabilidad.
- Disminución de los reportajes.

Ante estas cuestiones es imprescindible hacer un diagnóstico de la realidad del fotoperiodismo y estudiar la forma en que los medios de comunicación utilizan esta herramienta gráfica. La preocupación por investigar la fotografía y con la fotografía, Kossoy (2014), es un compromiso científico de alto interés que conduce a los investigadores a descubrir nuevas realidades y hechos históricos y además proponer teorías en comunicación. Este investigador añade, como una preocupación adicional, que el número de fotos de bancos de imágenes que ilustran las noticias va en aumento. La presencia de la fotografía crece en los medios de comunicación gracias a la competencia que tienen en las redes sociales e incluso con sus propias versiones digitales.

1.7. Importancia de la fotografía en los medios

Aceptando que las sociedades son modernas por el consumo de las imágenes, es fácil entender cómo la fotografía afronta su rol en los medios de comunicación. Goza de una aceptación por su valor de legitimidad y confirmación de un hecho, aunque en muchas ocasiones la sociedad ha sido testigo de los servilismos a los que se ha visto forzada por diversas razones. Gran parte de la cultura y las relaciones sociales se basan en la imagen como portadora de sentido. Reafirma esta teoría Benjamin (2013, pág. 18) "Un cuadro, pero especialmente una escultura, e incluso las obras arquitectónicas, se dejan disfrutar con mucha mayor facilidad en foto que en la realidad". Esta reflexión sobre la fotografía en los medios de comunicación se puede ampliar

destacando su labor constructora de una parte de la realidad: los lectores consumen los medios que prefieren o que se ajustan a sus criterios y les permiten disfrutar de una realidad.

Las fotografías no se limitan a cumplir un simple papel de acompañamiento del texto, sino que también informan. Sobre la manera de informar de las imágenes queda aún mucho por estudiar: si lo hacen desde un punto de vista particular o sesgado, con una estética determinada o fácilmente criticable, todo ello es parte de la ética de la fotografía, que será abordada en la unidad dos de esta guía. Indica Ledo (1998, pág. 21):

El diario y las revistas serán el lugar en el que se generen condiciones para esa actividad que pasará a llamarse fotoperiodismo. Con el fotoperiodismo, la máquina fotográfica, más allá de su estatuto de objetividad, convierte las relaciones entre avance técnico, estilo y expresividad en parte del contenido informativo.

A través de la fotografía, como se ha apuntado antes, la memoria se multiplica y se hace más precisa. Esos son justamente los principios necesarios en la prensa. El fotoperiodismo es la máxima expresión del uso de la imagen como elemento comunicativo y evidencia de lo que se dice. Por medio de la imagen, los medios tienen la oportunidad de demostrar lo que las palabras indican. La conjugación y equilibrio entre ambos elementos, texto e imagen, otorga credibilidad al periódico.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, la foto gana un espacio indiscutible y es aceptada como documento veraz y componente de la verdad y de la historia. La objetividad propuesta por el aparato fotográfico influyó en los lectores, otorgándoles un sentimiento de seguridad sobre lo visto y lo leído. En su estudio sobre la fotografía, Freund (2011, pág. 7) destaca que “Cada sociedad produce unas formas definidas de expresión artística que nacen de sus exigencias y de sus tradiciones; reflejándolas a su vez”.

Aunque el fotoperiodismo puede ser catalogado por los más ortodoxos fuera del campo artístico, es importante reconocer que todas las fotografías tienen fuertes vínculos en las raíces del arte y utiliza varios de sus cánones. En tal

sentido, se ha de considerar al fotoperiodismo como parte de esas exigencias y tradiciones, según las cuales los consumidores se informan y generan criterios y opiniones, de ahí su importancia en el mundo del periodismo.

Baynes (1971); citado por Sousa, (2011) sugiere que la aparición del primer tabloide fotográfico, en 1904, marcó un cambio conceptual. Las fotografías dejarían de ser mostradas como simples ilustraciones de las noticias para asumir la categoría de contenidos en los medios de comunicación. El cambio de paradigma en la mirada de los consumidores de noticias sentó un precedente que solo fue igualado por la impresión de diarios a color y posteriormente por la aparición de los medios digitales, primero en terminales de computador y luego en dispositivos móviles. Esta especialización de la fotografía en los medios de comunicación le permitió abrirse paso y dejar de ser contemplada como ilustración del texto, para integrarse como parte de los contenidos informativos en periódicos y revistas. Ledo (1998, pág. 21) recuerda: “La foto como materia de los medios pasa a relatar la realidad entre el ciudadano y el mundo. [...] la foto como materia de los medios pasa a funcionar como testigo ocular”.

El fotoperiodismo llegó pronto a todas las ciudades. Sontag (2015) detalla que en los periódicos populares los lectores fueron invitados a acompañar al fotógrafo en sus aventuras por regiones desconocidas y por mundos ignorados que variaban desde los detalles visibles solo a través de un microscopio, hasta los paisajes cotidianos de ciudades distantes. Añade además Freund (2011, pág. 96): “Con la introducción de la fotografía en los medios impresos se amplía la visión de la sociedad, permitiendo un acceso a hechos que son distantes para el público. La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia”. El aporte de Kossoy (2001) indica “el mundo vio poco a poco sustituido por su imagen fotográfica”. Fontcuberta (2015) explica la equivalencia de la fotografía y el texto, considerando una igualdad absoluta entre este y aquella. Punto en el que muchos autores no están de acuerdo y que será sin duda discutido durante largo tiempo.

La visualidad gráfica de los diarios con fotografías permitió un cambio de experiencia por parte de los usuarios de los medios impresos: mudó la visión de las masas abriendo una ventana al mundo. Existen varias razones que explican por qué los medios impresos empezaron a incluir fotografías en sus páginas, entre las principales se pueden anotar las siguientes:

- Presenta evidencia de un hecho.
- Atractivo para los compradores.
- Facilidad de lectura para los grupos analfabetos y de escaso nivel de lectura.
- Los lectores de los medios se sintieron por primera vez igual que la burguesía al verse en los medios.
- Popularización de la fotografía.
- Avance de la tecnología de impresión.

Además de estos motivos, se debe tener claro que la fotografía es un elemento de dinamismo en un medio impreso. Para Adatto (2010, pág. 76) "Si la foto es atractiva, no importa que la historia sea aburrida; la gente la leerá".

Pese a los nobles ideales del fotoperiodismo, este no se inició con un camino fácil: los precursores de la profesión tuvieron que enfrentarse a un trato peyorativo en comparación a sus compañeros redactores; estas condiciones incluyeron menor paga y discriminación como personajes inferiores en la escala social. Para que estas circunstancias cambiaran deberían transcurrir varios años y la demostración de que el trabajo de fotorreportero es tan importante para la noticia como lo es una buena redacción. Pero el camino fue largo y se puede aseverar que en el ámbito europeo esa realidad no cambió hasta mediados de los años ochenta, y en Ecuador todavía hay diferencias entre redactores y fotógrafos.

La consolidación del fotoperiodismo se da en las grandes ciudades alemanas, donde aparecen revistas como *Berliner Illustrierte* (1891) y *Münchner Illustrierte Presse* (1923), consideradas las dos más importantes en la historia. Hay que añadir por supuesto que las primeras cámaras fotográficas de formato pequeño (35 mm) se inventaron en Alemania en 1913 y se popularizaron como



formato universal. Esa mencionada popularidad de las revistas alemanas se logra en parte porque se vendían por un cuarto de marco alemán (principio seguido por LIFE, que inició sus ventas con un precio de 10 centavos) y porque durante esta época los fotógrafos dejaron de ser vistos como artistas frustrados y se ganaron su lugar en la sociedad, siendo invitados privilegiados de los principales eventos de la época. Destacó en este ámbito social el fotógrafo Erich Salomon, creador del concepto de la fotografía cándida y de quien se dirá en su época de mayor prestigio que es un invitado indispensable.

Luego de la introducción de las cámaras de 35 milímetros, la fotografía empezó a popularizarse y se hizo un instrumento de comunicación en los medios y un pasatiempo para las familias. A partir de entonces, se inició el desarrollo del fotoperiodismo, que se extendió por Europa, especialmente en Francia e Inglaterra, y aterrizó en América del Norte, donde las principales publicaciones fueron, como ya se ha dicho, *TIME* y *LIFE*. En este triunfo, los dibujos cedieron el paso a la fotografía.

En 1930 Stefan Lorante, jefe de redacción de *Müncher Illustrierte Presse*, estimuló a su equipo para realizar reportajes y para contar historias acompañadas de varias imágenes. Lorante fue el pionero en pensar la información de manera gráfica, concibiendo que el público estaba dispuesto a consumir noticias tanto de las grandes ciudades y de las personalidades más célebres, como de su entorno próximo y de los ciudadanos afines. Nacen así los reportajes, de los que la revista LIFE supo aprovecharse muy bien, llegando a imprimir hasta 8 millones de copias. Con esta tendencia, las revistas fueron observadas no solo como un instrumento de comunicación, sino también de información y de modernidad.

Las revistas jugaron un papel preponderante en la consagración definitiva del documentalismo como la máxima forma de conjugar mirada y memoria visual. El acercamiento a otras culturas, regiones y estilos de vida se consolida con el surgimiento del documentalismo en los diarios norteamericanos, principalmente en los tabloides (Sousa: 2011).

El nuevo deseo de conocer el mundo se presenta en el editorial del primer número de la revista *LIFE*:

Ver la vida, ver el mundo, ser testigo de los grandes acontecimientos, ver los rostros de los pobres y los gestos de los orgullosos; ver cosas extrañas: máquinas, ejércitos, multitudes, sombras en la jungla y en la luna - ver el trabajo del hombre; sus pinturas, torres y hallazgos; ver cosas que ocurren a miles de millas de distancia, cosas ocultas tras los muros o dentro de las habitaciones, cosas peligrosas que van a suceder; las mujeres que aman los hombres y muchos niños; ver y gozar con lo que se ve; ver y divertirse, ver y aprender.

Este manifiesto que data de 1936 se convirtió en la clave de su éxito. Las fotografías de *LIFE* otorgaban veracidad a las palabras. Después del surgimiento de esta revista, antes de culminar la década de los treinta, la foto dejó de ser exclusiva de las grandes revistas y pasó a los periódicos populares. Los directores del departamento de fotografía de *LIFE* estaban siempre en contacto con todos los fotógrafos que trabajaban para la revista. Constituía el nexo entre ellos y los departamentos editoriales. Guiaba y controlaba los trabajos que a menudo resultaron difíciles y limitados por el tiempo de cierre. A su vez, a los fotógrafos de esta revista se les exigía reacciones inmediatas, adaptabilidad a las circunstancias, así como valor y temeridad en condiciones que a menudo resultaban insuperables.

Los contratados por el director del departamento de fotografía debían estar dispuestos a abordar a cualquier interlocutor y comportarse según demandaran las circunstancias, ya sea frente a un miembro de la realeza, mendigos o integrantes de una tribu poco conocida. Algunos de los fotógrafos destacados de esta revista fueron [\[4\]](#):

- [Larry Burrows.](#)
- [Margaret Bourke – White.](#)
- [Eugene Smith.](#)
- [Robert Capa.](#)
- [Alfred Eisenstaedt.](#)

- [Dirck Halstead.](#)
- [Henri Huet.](#)
- [Hansel Mieth.](#)
- [Lee Miller.](#)
- [Gjon Mili.](#)
- [Gordon Parks.](#)
- [Gordon Parks.](#)
- [Art Shay.](#)
- [George Silk.](#)
- [Edward Steichen.](#)

El talento de los directores de *LIFE* la llevó a ser uno de los principales medios para los anunciantes de Estados Unidos. Su tirada inicial fue de 380.000, pero en poco más de cuatro meses sobrepasó el millón de ejemplares y en el año 1971 llegó a ocho millones y medio. Los anunciantes que aprovechaban la revista para mostrar sus productos permitieron que se vendiera por 10 centavos. Pronto el camino recorrido por la emblemática revista fue seguido por otros medios diarios, semanales y mensuales. El concepto de la imagen como atractivo para el público fue definitivo.

En los medios de comunicación masiva la cantidad de fotos impresas creció aceleradamente. Ese aumento es considerado por Sousa (2011) como el inicio del sensacionalismo. Igualmente, la modernización de los medios de comunicación y de las empresas públicas y privadas permitió el desarrollo de las agendas diarias y semanales. Tanto el editor como el director podían anticiparse a la cobertura y preparar los equipos humanos y técnicos necesarios.

Una vez consolidado el fotoperiodismo se afianzaron las agencias de fotografías y la competencia entre estas creció proporcionalmente a sus posibilidades financieras. Un ejemplo es la competencia entre *Dalmas* y *Reportes Associés* causada por las imágenes durante la guerra de Independencia de Argelia (1954-1962). En ese estado de búsqueda de las primicias, Loius Dalmas (fundador de la agencia que lleva su apellido) envió en repetidas ocasiones a sus fotógrafos a lugares en los que pudieran obtener



imágenes rentables. Sin embargo, uno de los momentos de mayor importancia de la imagen en los medios de comunicación y que marcó un hito en la historia de la fotografía como tal, llegó junto con la guerra de Vietnam.

Durante esta contienda, “las fotografías fueron más recordadas que las imágenes de televisión” (Sousa, 2011). Este fenómeno puede explicarse debido mejor a la velocidad con la que se proyectaban las imágenes televisadas, en oposición al mayor tiempo de observación que permitía un medio impreso, y no a la censura que pudiesen ejercer los medios de comunicación.

Otras características importantes de esta guerra fueron que por primera vez en la historia se utilizó el color para retratar un conflicto bélico y los fotógrafos estuvieron en los frentes de batalla, junto con los combatientes. Resultado de estas innovaciones aprovechadas por los medios de comunicación [\[5\]](#), la opinión pública de los norteamericanos cambió radicalmente.

Los fotoperiodistas deben de estar al tanto del acontecimiento que van a fotografiar, así como del manejo técnico de los aparatos, además de los lineamientos del medio para el que trabajan. Las fotografías de prensa deben tener unos mínimos de calidad necesarios, “no existe una regla fija y rápida, pero las fotografías de prensa son contenido, más que copias de exposición de un club de fotógrafos locales (Keene, 1995). Para autores como Kossoy (2001, pág. 33), “La fotografía es una representación plástica indisolublemente incorporada a su soporte y resultante de los procedimientos tecnológicos que la materializaron”. En esta definición queda claramente establecida la relación entre la fotografía y su respaldo físico, sin embargo, no se inmiscuye en el campo del fotoperiodismo, cada vez más involucrado en medios digitales [\[6\]](#). Sobre este referente, Fontcuberta (2010), afirmando la omnipresencia de la imagen, indica que no tiene un lugar ni un origen, porque está en todas partes. La propagación de las imágenes, sean estas de origen análogo o digital, en soporte o virtuales, obedece a la propia naturaleza de las personas, a la cultura visual humana que se ha desarrollado en función de las percepciones visuales.

Esa atracción por la imagen en los medios de comunicación ha sido demostrada por Küpfer (1991) citado en Doménech (2014) cuando indica, entre otros apuntes, que:

- En la mayoría de los casos, el lector comienza a captar información por una foto de gran superficie o un titular.
- Las imágenes fueron consideradas por más del 80 % de lectores.
- Los artículos con ilustraciones se leen mucho más frecuentemente que los artículos sin estas.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

- [1] Traducción del autor.
- [2] Eslogan utilizado por la compañía Kodak cuando presentó su primer modelo automático.
- [3] Tablas de madera con imágenes de advocaciones de la Virgen María o de santos de quienes eran devotos los condenados a muerte.
- [4] Es recomendable que busque las fotografías de estos autores. Son un gran ejemplo visual para seguir.
- [5] Algunas de las fotografías captadas durante la guerra de Vietnam ganaron premios internacionales como los premios Pulitzer (1974) y World Press Photo (1963,1965,1966,1967,1968,1972).
- [6] La fotografía quedaría determinada exclusivamente por la materialidad. Sin embargo, hay que recordar que, por medio de las pantallas, la imagen se multiplica y se hace presente hacia más usuarios. Se crea entonces una nueva evidencia de la fotografía en el individuo que es capaz de recordar y describir los elementos de la imagen fotográfica.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Una vez que hemos culminado la primera unidad, proponemos que realice lo siguiente:

1. Reflexione sobre el porqué la fotografía cambió el diseño de los periódicos. Piense en cómo se veían los diarios antes de que la fotografía esté presente en los medios de comunicación.
2. Ahora, le invitamos a responder la siguiente autoevaluación sobre esta unidad.



Autoevaluación 1

En cada una de las preguntas, seleccione la respuesta correcta:

1. Existe una relación importante de los usuarios con la fotografía. La frase que explica esta relación es:
 - a. Las fotos que nos gustan representan alguna relación afectiva.
 - b. Entendemos la foto como un elemento de comunicación.
 - c. La fotografía da a los usuarios la sensación de recordar.
2. Los inicios de la fotografía se caracterizaron por:
 - a. Una propuesta estética especial marcada por la tecnología.
 - b. Una mezcla de la estética tradicional de la pintura y la tecnología óptica.
 - c. Una estética del embellecimiento de las personas y los objetos.
3. Una de las razones de crecimiento de la fotografía es.
 - a. La digitalización desmedida y los teléfonos móviles.
 - b. El gusto de las personas por la fotografía.
 - c. La competencia por las redes y las versiones digitales de los medios
4. Una de las características de las sociedades modernas es



- a. El consumo de imágenes.
b. El fomento de medios de comunicación.
c. El rechazo de los medios de comunicación y publicidad.
5. La confianza de la que goza la fotografía se debe a:
- a. La inmediatez con la que se produce una foto.
b. La capacidad de confirmación de un hecho.
c. Que es una máquina la que reproduce la realidad.
6. El código gestual se considera por:
- a. Plano, ángulos y composición.
b. Enfoque al sujeto principal.
c. Existencia de oportunismo.
7. La limitada cantidad de fotos en la primera mitad del siglo XX se debe a:
- a. Poca aceptación de la fotografía como elemento de representación.
b. Dificultad para manejar aparatos muy voluminosos.
c. Fotografías de limitada calidad para la época.
8. Además de informativa, la fotografía es:
- a. Un elemento de dinamismo de un medio.
b. Un aporte a la visión de la información de un medio.
c. Un elemento de relajación de la información.
9. El éxito de las revistas fotográficas en Alemania se logra por:
- a. Publicaron en diferentes idiomas exportables a toda Europa.
b. Inexistencia de medios diarios.
c. Bajos precios para los consumidores de revistas.
d. Explicar únicamente los aspectos naturales del mundo.



10. Entre los factores que afectan al fotoperiodismo ecuatoriano encontramos:

- a. Falta de recursos en los medios de comunicación.
- b. Competencia desmedida de los medios de comunicación.
- c. Exceso de redes sociales.

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 2

Unidad 2. La ética de la fotografía

Hoy contamos con tantas herramientas para modificar las imágenes, que lo más complicado es seleccionar qué herramienta o filtro usaremos. Ante ello, es más importante pensar muy bien en lo que significa manipular una imagen y alterarla tanto en redes como en medios.

Reflexionar hoy sobre la autenticidad de las fotografías es una cuestión ineludible. Más cuando el fotoperiodismo se considera una de las mayores fuentes de producción no intervenidas, en el entorno digital. Como apuntan Caminos, Marín y Armentia (2008), la foto digital acentúa la duda de la veracidad porque la foto digital pertenece a una realidad discreta. Al mismo tiempo que tiene mayor posibilidad de copia. La preocupación se manifiesta también en la reflexión de Vicente (2009), que establece indiferencia cuando se trata de manipular fotos para el arte o la publicidad, pero deja muy claro que esta posibilidad afecta al periodismo, puesto que la llegada de la manipulación digital ha consolidado la duda sobre la veracidad de las fotografías. Esta incertidumbre incluye a la fotografía de los medios, que ha visto menoscabada su reputación. En algunos casos, incluso para los estudiosos de la imagen, es complejo distinguir una imagen trucada de una real.



Conociendo la fotografía como una fracción de espacio temporal dentro de una realidad continua en estas dimensiones-, se la puede conceptualizar como el fraccionamiento de la realidad. Tal división resulta de vital importancia al momento de abordar el tema de la manipulación. Manipular es, de acuerdo con el diccionario de la lengua española: “Intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con la distorsión de la verdad o la justicia y al servicio de intereses particulares”. ¿No es acaso la fotografía una manipulación por sí misma?, ¿y la fotografía de prensa? Es necesario analizar tres de los componentes de la definición:

- **Intervenir con medios hábiles.** - El fotógrafo tiene cierto conocimiento del manejo de la cámara, pero es también importante que disponga de habilidades creativas (óptica) antes de disparar la cámara.
- **En la información.** - El fotoperiodismo es información que llegará al público lector. Es imposible que abarque todas las versiones (ángulos de toma) de la escena ante la que se encuentra el fotógrafo. Capta, por tanto, solamente parte de la información que se genera.
- **Distorsión de la verdad.** - La realidad es tridimensional. Contiene además elementos propios que escapan a la fotografía, como sonido y olores. El encuadre seleccionado por el fotógrafo dejará fuera de la imagen ciertos contenidos.

La definición de reencuadre que entrega Joan Fontcuberta (2015, pág. 127), indica: “Significa cortar o delimitar el espacio visual que damos al espectador [...] la tensión entre campo (lo que vemos) y contracampo (lo que ha sido vetado) es una forma primaria pero eficaz de controlar la información”. Esta forma de manipulación puede ser pre fotográfica (en el momento de seleccionar la toma) o post fotográfica (editándola para acomodarla a las necesidades concretas de la noticia o del diario). El concepto de reencuadre, no obstante, se ha visto manipulado varias veces, Short (2013), lo ejemplifica con la foto de Susan Meiselas y el recorte utilizado por el artista plástico Joy Garnett.

"Acomodados en el mito de la objetividad, la fotografía no solo ha permitido el engaño, sino que lo ha facilitado". (Fontcuberta, 2015, pág. 142). El engaño basado en la delimitación de lo que se ve y lo que se oculta parece muy ingenuo; sin embargo, puede estar cargado de una subjetividad muy alta. La manipulación primigenia de la fotografía, es decir, el encuadre en su sentido elemental, puede estar libre de juicio moral o simplemente ser un acto amoral. Lo peligroso es que el encuadre intencional siga un patrón ideológico/político bajo premisas determinadas por los medios de comunicación.

Otro tipo de manipulación consiste en el momento decisivo (propuesto originalmente por Cartier-Bresson), mostrando al sujeto fotografiado en actitudes o poses que perjudiquen su imagen personal. Este recurso, conocido en el ámbito profesional como oportunismo, llegó a ser una práctica común en la década de los ochenta. Actualmente, es menos utilizado por los medios de comunicación, pero aún se pueden encontrar algunos casos. De acuerdo al criterio de Adatto (2010, pág. 35), "El argumento a favor de llamar la atención sobre las fotos oportunistas es que tanto las fallidas como las exitosas actúan como metáforas, símbolos, o resumen argumentos para el debate público".

Hoy, más que nunca, los casos de manipulación de las fotografías estallan en las redes sociales. Los fotógrafos que se atreven a manipular una imagen por medio de herramientas digitales son inmediatamente despedidos de periódicos y agencias de noticias. Los editores y los fotógrafos rechazan de lleno la manipulación. Lo recuerdan Diego y Daniel Caballo (2011):

El editor jefe de la agencia inglesa Reuters, David Viggers, señalaba que "nuestro punto de vista es que no nos gustan las manipulaciones de ningún tipo. No las toleramos para salvaguardar los derechos de nuestros fotógrafos. Se puede publicar o no la imagen, pero nunca distorsionarla.

El hecho de [despedir a los fotógrafos](#) de un medio de comunicación por alterar una imagen consolida la creencia en su veracidad. ¿Ocurre acaso lo mismo con los redactores que comenten un error, omisión de fuentes o acceden a figuras retóricas que mejoran lo que han escrito?, ¿retocar la imagen no es

acaso lo mismo que utilizar una mejor escritura, un recurso válido a fin de ilustrar mejor a los consumidores de los medios? El concepto de la manipulación está muy claro en la era digital, pero no es exclusivo de ella. Lo recuerda Adatto (2010, pág. 69), cuando señala que el *New York Daily Graphic* “inventó el composógrafo, un fotógrafo de modelos que reconstruía una escena para resolver el problema de las historias sin imágenes”.

2.1. Marco ético de la fotografía de prensa

“El retoque constituyó un hecho decisivo para el ulterior desarrollo de la fotografía. Es el comienzo de su degradación, pues su empleo inconsiderado y abusivo elimina todas las cualidades características de una reproducción fiel, se despoja a la fotografía de su valor esencial (Freund, 2011, pág. 63)”.

Se ha reiterado que el fotoperiodista debe dejar de lado su visión personal, puesto que en la mayoría de los casos, se ajusta a las reglas de un medio de comunicación que tiene sus propios intereses y objetivos. Sin embargo, es imposible que el fotógrafo no desvele su propia visión (cargada de varios factores entre los que se puede contar su formación, experiencia, cultura, ideología e incluso estado de ánimo) sobre los hechos. Un ejemplo que refleja esta situación es el siguiente: el fotoperiodista es enviado a cubrir una manifestación de estudiantes universitarios que es interceptada por la policía, en este caso, si el periódico está interesado en la propuesta de la manifestación, el fotoperiodista recibirá órdenes de mostrar a los estudiantes como víctimas reprimidas por la policía; por el contrario, si otro fotoperiodista es enviado por un medio de comunicación estatal, o partidario de sus políticas, recibirá instrucciones de mostrar el vandalismo impulsado por los estudiantes, el desorden promovido y los daños realizados a los bienes públicos y personal de la policía. Casos similares a este pueden ser comunes, pero la responsabilidad de los fotógrafos es captar ambas partes: bombas lacrimógenas lanzadas por la policía y heridas de la policía causadas por las pedradas de los estudiantes. Ese será el compromiso humano y ético del fotoperiodista.

Los contextos en los que se puede ver sumergido el fotoperiodista son múltiples y en todos ellos debe saber cómo actuar. Si se encuentra ante un desastre natural en el cual organizaciones brindan su apoyo, el fotoperiodista deberá mostrar a los heridos y al personal que está ayudándoles, pero sobre todo, debe cooperar en todo cuanto le sea posible. En cambio, si el medio de comunicación decide realizar un reportaje, sobre un tema determinado, encargará a sus fotógrafos un asunto específico en el que el reportero gozará de mayor libertad para captar imágenes y de mayor flexibilidad temporal. Este factor contribuirá a obtener un mejor resultado de imágenes y un reportaje de calidad. Sin embargo, es imprescindible reconocer que este género ocupa menos espacio en los medios de comunicación impresos. A este respecto, hay que mencionar además que algunos diarios, en sus versiones digitales, están impulsando imágenes a manera de reportajes o blogs en los cuales se muestran muchas fotografías.

Es muy difícil acertar en definir una ética inquebrantable de la fotografía, dado que la intervención humana es un factor determinante en la constitución de una imagen fotográfica. Los códigos éticos que rigen la conducta del fotógrafo son, primero, personales y luego los del medio para el que trabaja. Atendiendo a la propia naturaleza de la fotografía, Fontcuberta (2015, pág. 15) indica:

Toda fotografía es una ficción que se presenta como verdadera La fotografía miente siempre, miente por instinto, miente porque su naturaleza no le permite hacer otra cosa. Pero lo importante es cómo la usa el fotógrafo, a qué invenciones sirve. Lo importante, en suma, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer una dirección ética a su mentira. El buen fotógrafo es que *miente bien la verdad*.

La cámara ya no puede ser vista como instrumento objetivo. Si en su parte física no deja de ser un mecanismo de reproducción de la realidad, no es menos cierto que la manipulación del instrumento impone un carácter personal al resultado. Pese a todo, las críticas al fotoperiodismo actual giran principalmente en torno a:

- a. Derechos de autor.

- b. Invasión a la privacidad.
- c. Manipulación (retoque digital o postproducción) y.
- d. Relación entre imágenes de televisión, ordenadores y fotografías.

El retoque es uno de los problemas que más críticas atrae sobre el fotoperiodismo, pero hay que recordar que no es nada nuevo: "Es en la exposición parisina de 1855 donde, por primera vez, son exhibidas las pruebas retocadas de negativos del fotógrafo de Múnich Franz Hampfstångel". (Sousa, 2011, pág. 41). Aunque sí es verdad que el tratamiento ulterior encierra, por naturaleza, un cuestionamiento ético de inmensas proporciones, no porque sea complicado, sino porque el tratamiento puede variar una imagen, otorgándole un significado distinto al original.

No importan las herramientas que se utilicen para retocar una imagen ni el tiempo que tarde una edición, un proceso tan fácil de realizar como una saturación de color puede generar, un resultado distinto al de la foto original.

Las aplicaciones para los dispositivos móviles y ordenadores permiten una infinidad de filtros y efectos para cambiar la imagen. No vamos a ahondar en cuál de todas las aplicaciones es la mejor. Afirmando que la aplicación que a usted le sirva para sus propósitos es suficiente.

El objetivo de la mayor parte de esas aplicaciones es mejorar las fotografías desde un punto de vista puramente estético. Las principales herramientas de manipulación fotográfica hacen muy difícil que se detecten las alteraciones realizadas por los fotógrafos. Se han registrado casos en los que los internautas fueron quienes detectaron los intentos de engaño en las imágenes. Internet se está convirtiendo en un aliado de la ética. Otra de las consecuencias emanadas del triunfo de la tecnología digital sobre la analógica es la pérdida de los negativos originales de las fotografías. "El problema de la ausencia de negativos es también un problema de memoria histórica" (Sousa, 2011, pág. 8) y un problema de memoria histórica es muy serio.

La añadidura de un contexto determinado se suma a la posibilidad de engaño o fraude. Resulta imposible capturar una fotografía sin otorgarle un argumento de contextualización. De esa manera ocurre, como acota Wittgenstein (s/f)

citado en Sontag (2015), “Con cada fotografía ocurre lo que argumentaba sobre las palabras: su significado es el uso”. Por medio de la fotografía, la falsificación de la realidad se torna posible. No en vano, los retoques fotográficos han sido utilizados por varios gobernantes. Así, la demostración gráfica era la forma de hacer entender al pueblo poco ilustrado y que no tenía acceso a las letras, convirtiéndose en muchas ocasiones en la clave para negar lo sucedido, o para desacreditar las compañías que ya no convenían al régimen. El espectáculo para las masas y el arma de vigilancia de los gobernantes (Sontag, 2015), que proporciona la cámara fotográfica, se consolida con la masificación de las imágenes.

La propaganda y el miedo provocados por los gobernantes, se graban en la memoria del pueblo y le indican cómo actuar ante cualquier circunstancia.

En la era actual, el fotoperiodismo atraviesa por una etapa crítica en cuanto a su credibilidad debido a dos factores: la influencia de la tecnología (muy marcada por la digitalización y la Inteligencia Artificial) y la creciente falta de interés lector por los periódicos. Fontcuberta (2010, pág. 63) recuerda:

La era digital ha creado problemas deontológicos entre los fotoperiodistas y los profesionales de la información, que sin duda occasionarán controversias (¿hasta qué punto es lícito intervenir con el ordenador una fotografía destinada a la prensa?, ¿cuáles deben ser las reglas del juego del fotoperiodismo actual?)

En la misma línea, y acreditando el conjunto texto-imagen como un sistema indivisible, Sontag (2015, pág. 127), subraya que “Una fotografía fraudulenta (que ha sido retocada o adulterada, o cuyo pie es falso) falsifica la realidad”. Un error de un fotógrafo o editor supondrá para el diario un error del que difícilmente podrá reponerse. Siendo la fotografía un componente de la noticia, el contexto en el que se ubica puede variar su interpretación. La ubicación, el tamaño, el color e incluso la publicidad pueden cambiar el modo de ver una fotografía. Es por esto que se produce el debate sobre las fotografías que se crean en las agencias y que pueden llegar a la controversia hasta discusiones insospechadas. Uno de los reportajes de Gisele Freund llegó a varias revistas

europeas con el título de Instantáneas de la *bolsa de París*, pocos días más tarde ella misma vio sus fotos en una publicación belga con el titular *Alza en la bolsa de París*, y algunas acciones alcanzan un precio fabuloso, pero días más tarde las mismas fotos se publicaron en un periódico alemán con un titular distinto: *Pánico en la bolsa de París, se desmoronan fortunas, miles de personas arruinadas*.

"La objetividad de la imagen no es más que ilusión. Los textos que la comentan pueden alterar su significado de cabo a rabo" (Freund, 2011, pág. 142). Este concepto es reforzado por Barthes (2009, pág. 25) al recordar que:

La mayoría de las veces el texto no hace, sino amplificar, un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía; pero, también a menudo, el texto produce (inventa) un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella.

En este caso, los editores utilizaron de forma poco afortunada las imágenes proporcionadas, pero en otros muchos casos, es la edición de las imágenes la responsable de asignar significados diferentes. Cada periódico puede dar a las imágenes interpretaciones muy diferentes conforme los propios intereses económicos y políticos de los grupos empresariales a los que pertenecen. Es lo primero en lo que se piensa cuando se la figura 4, que presenta las portadas de los diarios españoles de marzo de 2010:

Figura 4

Diferencia entre los periódicos *El País* y *El Mundo*



Nota. Adaptado de *El magenta de la sangre* [Fotografía] André Pujol, 2010, ([El magenta de la sangre](#))

La fotografía pierde, por tanto, la capacidad de ser, como diría Charles Baudelaire, *la fiel secretaria para convertirse en infidente a los intereses de la verdad*.

El aserto de Julia Margaret Cameron, según el cual la fotografía alcanza el rango de arte porque, como la pintura, busca la belleza, fue sucedido por el aserto wildeano de Henry Peach Robinson, según el cual la fotografía es un arte porque puede mentir. (Sontag, 2015, pág. 182).

En este punto de la reflexión sobre la ética de la fotografía hay que recuperar el criterio de Pablo Corral (uno de los más influyentes fotógrafos ecuatorianos) citado en Khalifé y Laso, (2006, pág. 115), cuando sostiene que lo que convierte al fotógrafo en periodista es su ética.

Si uno empieza a traicionarse, si uno cuenta historias falsas ya no puede llamarse fotoperiodista. En nuestra profesión es esencial ser honestos. Más importante que la fotografía que uno va a tomar es esa persona que está delante. El respeto es más importante que la imagen.

2.2. Foto, ética y violencia

La misión de los fotoperiodistas es hacer la crónica de su tiempo, al margen de los prejuicios propagados por gobiernos, movimientos, sectores o incluso las autoimpuestas por ellos mismo.

Durante el desarrollo de las guerras, los medios de comunicación han ocupado siempre un papel preponderante: son los encargados de comunicar lo que está sucediendo en los campos de batalla, pero no gozan de toda la libertad de acción para su material. Los censores clasifican lo que se publicará. En el caso de las fotografías de guerra, es muy poco usual que se presenten imágenes de cadáveres en las versiones digitales o impresas de los medios; aunque en las redes sociales haya mayor flexibilidad. De manera general se muestran los avances del ejército propio y no la destrucción que causa. Las fotos de guerra son muchas veces trucadas para causar una determinada impresión a los lectores. Puede tratarse de impactos positivos o negativos:

Con relación a la cobertura de guerra, los fotoperiodistas pioneros como Robert Capa abrieron el siguiente debate: ¿para informar debe “mostrarse” o “sugerirse” [...] nacerá otro: ¿es el conflicto entre el apego a la realidad, de la fotografía entendida como ícono, contrapuesto a la expresividad creativa, a la fotografía entendida principalmente como símbolo? (Sousa, 2011, pág. 101).

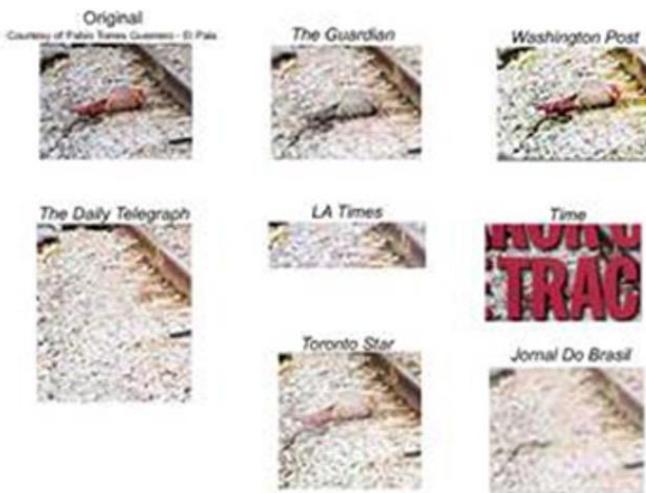
Además de la guerra, otros conflictos humanos han sido vistos por medio de la fotografía y de la información que se adjunta con ella, parcializados de una manera u otra. El caso más ilustrativo de esta afirmación es el del hombre anónimo frente a los tanques de guerra en la plaza de [Tiananmen](#): el gobierno chino usó esta instantánea como propaganda de su protección hacia el pueblo; los medios occidentales la usaron como ícono del poder de la democracia y el liderazgo. Por lo tanto, el papel de la fotografía se encuentra a medio camino entre el discurso de la verdad y el imaginario.

Es parcialmente verdadera, pero al mismo tiempo forma una ilusión. Tiene un pie en la retórica y otro en los hechos. “Hugo Grocio, diferenciaba entre mentira (expresión falsa, injustificada y dolosa) y falsiloquio (expresión falsa, justificada y no dolosa)” (Fontcuberta, 2010, pág. 132). La fotografía puede estar generalizada en la categoría de falsiloquio. Sin embargo, caerá al último eslabón ético cuando se convierta en mentira, es decir, cuando por medio de cualquier recurso (antes, durante o después de su toma) deliberadamente se intervenga para ocultar la verdad.

Cuando Pablo Torres Guerrero capturó la foto justo después del atentado en la estación de Atocha el 11 de marzo de 2004, se distribuyó casi a todos los medios de comunicación del mundo. Fue imposible para el fotógrafo no mostrar la amputación de una de las víctimas. Los medios impresos le dieron tratamientos diferentes a la imagen: mostraron, resaltaron u ocultaron la残酷 de la imagen original, como se evidencia en la figura 5.

Figura 5

Diferentes recursos para ocultar el horror



Nota. Tomado de *ÉTICA FOTOGRÁFICA. ÉTICA Y FOTOPERIODISMO FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA Y DOCUMENTAL De autores, imágenes, procesos y ética fotográfica. [Fotografía]*, por Villaseñor Enrique, 2004, [Fotoperiodismo](#), CC BY 2.0

El dilema ético que presenta una fotografía es su posible utilización para alterar la realidad acomodándola a un interés particular. La imagen puede favorecer o deteriorar a una persona o grupo; tal como señala Joachim Schmid en Fontcuberta (2010, pág. 172): “Continuar produciendo imágenes ya no representa desafío creativo alguno [...] no es la inevitabilidad de la producción lo que debe preocuparnos, sino el mal uso al que las imágenes son sometidas [7].

La acción de manipular arrastra unas connotaciones peyorativas: consistiría en actuar en beneficio propio, perjudicando necesariamente a otros y, además, en hacerlo con deliberación y alevosía. A partir de este enunciado se define de forma más exacta el tratamiento ético de la imagen fotográfica o la ausencia de la ética. El problema de una fotografía no se limita exclusivamente a ella, sino que como apunta Grijelmo, (2014, pág. 586): “La falta de ética en el tratamiento de fotografías ataña también a los redactores de textos, puesto que siempre alguien debe escribir el pie de foto”.

Paradójicamente, los montajes fotográficos pueden ser el principio de la alfabetización visual. Trabajo que no consistirá solo en detectar los incontables trabajos y alteraciones que se pueden realizar por medio de los programas digitales, trucos y recursos propios de las cámaras (como manejo de colores y filtros artísticos), sino en averiguar si la imagen que recibe el espectador es real, en contraste con otras fuentes de imágenes. No obstante, esta alfabetización difiere mucho de aprender a leer textos, ya que no solo se trata de códigos aceptados con un significado (únicamente en pocos escenarios pueden tener significados confusos o ambiguos), si no de elementos identificables con un orden establecido por las circunstancias temporales [8].

La fotografía no puede ser analizada bajo los mismos parámetros que un texto, dado que obedece a una copia de la realidad, no es autónoma; se correlaciona con el texto que explica la noticia, obedece a una realidad de la cual tomó parte al dispararse la cámara. Deja una huella de lo que fue la realidad (siempre en tiempo pasado). Tal vez la fotografía artística pueda obedecer a otros cánones de interpretación por los observadores (nótese que

no son receptores como en un proceso de comunicación) y se regirá por las intenciones del autor, su época, sus corrientes filosóficas e ideológicas y su intención. Esta reflexión remite inevitablemente a otra pregunta, porque así como en el lenguaje escrito, hay cientos de posibilidades de expresión ayudados por sinónimos, signos de puntuación y figuras retóricas, ¿cómo edificar entonces una ética completamente vertical de la fotografía, en la que los cambios son rechazados por el lector?

Hay varias propuestas a las que se puede hacer referencia y tener guías. Un posible comienzo es citar el manifiesto de ética fotoperiodística firmado por los organizadores y asistentes al Primer Encuentro de Fotoperiodismo “Ciudad de Gijón”, (Unió de Periodistes Valencians, 1997):

La fotografía de prensa debe proporcionar a los lectores acceso a la realidad. La integridad personal del fotógrafo permite a los lectores tener acceso a imágenes observadas desde un punto de vista personal y responsable, sin ninguna alteración.

La manipulación fotográfica ha existido desde los comienzos de la fotografía, pero en la actualidad, con la tecnología digital en los medios de comunicación, el lector lo tiene aún más difícil para percibir la diferencia entre realidad y ficción. La alteración electrónica de imágenes perjudica el fotoperiodismo honesto y debemos denunciar las manipulaciones que puedan hacer quienes difunden nuestro trabajo.

Nuestra obligación como fotoperiodistas es mantener nuestra credibilidad a fin de continuar siendo testigos de la realidad.

Diego y Daniel Caballo (2011, pág. 226) traen a colación el manifiesto sobre la edición fotográfica en la prensa, que expresa:

El encargo, selección y puesta en página de imágenes en la prensa requiere una formación y una responsabilización aplicada a la enorme variedad de usos en que la imagen de prensa viene desdoblándose.

Queremos hacer notar la diversidad e imágenes que hoy componen un producto periodístico (informativas, ilustrativas, etc.) y la necesidad de un tratamiento específico y diferenciado para cada caso.

Al respecto, Días (2013) explica que “las normas éticas son necesarias porque contribuyen a evitar el abuso y para crear conciencia en los profesionales”. [9]

En algunos casos, los fotógrafos deben enfrentarse a trabajos que resultan incómodos o difíciles. Así lo registran Khalifé y Lasso (2006, pág. 64) cuando recogen los testimonios de Dolores Ochoa y Andrés Rendón, fotógrafos de Associated Press y de diario El Universo, en ese orden, cuando comentan que en algunos de sus trabajos no pudieron evitar sentirse mal ante la escena que estaban registrando, hasta tal punto de las lágrimas. Aun así, estos y muchos otros fotógrafos han presentado su trabajo a pesar del desánimo que cause.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

[7] “Very Miscellaneous”, Joachim Schmid entrevistado por Val Williams, en Insights, Photoworks, Brington, febrero 1998.

[8] Las condiciones temporales pueden ser espontáneas o creadas artificialmente por el autor de la imagen, ya sea en un estudio especializado, ya en un lugar sin planificación.

[9] Traducción del autor



Actividades de aprendizaje recomendadas

Hemos conocido la ética de la fotografía y vemos que no siempre está en los medios de comunicación.

1. Busque en cualquier fuente que tenga a mano fotos que no cumplan con la ética.

2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática. Le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 2

Presentamos un listado de preguntas en las que deberá seleccionar la respuesta correcta a cada interrogante.

1. El hecho de que una foto esté en las páginas de un medio.
 - a. Le otorga mayor credibilidad que una foto de redes sociales.
 - b. Hace que los usuarios duden de su origen tanto como en redes sociales.
 - c. Facilita que el consumidor de información atienda la información presentada.
2. El encuadre es:
 - a. La visión editorial del medio de comunicación.
 - b. El aporte de significado que entrega el medio a los lectores.
 - c. Una forma de controlar la información.
3. Obtener fotografías de un sujeto en posiciones poco favorables es conocido como:
 - a. Oportunismo.
 - b. Sensacionalismo.
 - c. Accionismo.
4. Varios son los principales cuestionamientos sobre la fotografía en la actualidad. Uno de ellos es:
 - a. Invasión a la privacidad.
 - b. Digitalización exagerada en dispositivos móviles.
 - c. Creación de falsedad por imágenes falsas.



5. La fotografía es una creación humana que goza de credibilidad. Aun así, podemos dudar de ella porque:

- a. Tiene un pie en la retórica y otro en los hechos.
- b. Se usan filtros para mejorarla en redes sociales.
- c. Las cámaras modernas están más enfocadas en la producción de video.



6. Una de las razones por las que se debe cuidar la ética en la fotografía es:

- a. Temor a que la competencia no altere las imágenes y que existan comparaciones.
- b. La falta de ética en la imagen acentúa la duda en la redacción.
- c. Que la edición de imágenes resulte fácil de percibir por el público.



7. La alfabetización visual puede iniciar con:

- a. Aprender a usar los mecanismos de la cámara.
- b. Conocer los trucos de los filtros de imagen.
- c. Comparar las imágenes con otras fuentes.



8. Afirmamos que la fotografía no puede ser analizada bajo los mismos parámetros que un texto. La razón es que:

- a. Se correlaciona con el texto.
- b. Es un ícono de la realidad visual.
- c. Se entiende de manera diferente para cada espectador.



9. Las normas éticas son necesarias porque:

- a. Sin normas, los fotógrafos se autocensuran y pierden creatividad.
- b. Limitan el trabajo del fotógrafo para optimizar tiempo y recursos.
- c. Evitan el abuso y crean conciencia en los profesionales.

10. Un fotoperiodista profesional:

- a. Puede negarse a un trabajo que no considere conveniente.

- b. Debe aceptar cualquier tema de trabajo, aunque no esté de acuerdo con la temática.
- c. Debe aceptar un trabajo que no le agrada a cambio de un pago adicional.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 1 y 2:

- Aporta al desarrollo de la cultura visual.
- Analiza la imagen informativa de la imagen en un medio.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 3

Ahora nos adentraremos en el estudio de las normas más comunes de composición. Si bien estas no garantizan un resultado artístico, son la guía para crear mejores fotografías desde el punto de vista del equilibrio estético.

Unidad 3. Composición

Queremos iniciar con una pregunta fundamental: ¿qué es lo primero que se necesita para hacer una fotografía? Parece que la respuesta obvia es ¡Una cámara de fotos! Estamos seguros de que la cámara es un instrumento fundamental; pero antes de accionar la cámara fotográfica, debemos contar con una combinación de ojo e imaginación. Efectivamente, la fotografía se hace primero en la mente del autor y luego se activan los mecanismos necesarios para que se plasme la imagen.

Destacamos que el elemento fundamental es el propio fotógrafo; mucho más allá de cualquiera que sea la tecnología que se use para capturar la toma. Seguramente muchas veces se le ha escapado una foto porque la concibió en su mente; pero mientras sacaba la cámara ya los elementos se movieron o cambió la luz. Es algo que nos ha pasado a todos alguna vez. En mi caso, muchas veces.

Ese proceso que aquí hemos descrito es la composición de la fotografía. Es un acto que inicia con la observación y termina con la(s) toma(s), o incluso con la edición o los filtros que preconcebimos. Para muchas personas, la composición se da automáticamente y logran excelentes resultados estéticos. Otros debemos practicar mucho y estudiar a maestros de la fotografía y del arte para adaptarnos a los esquemas o reglas de composición.

Lo importante es que con la práctica vamos a mejorar la composición fotográfica. Ya lo dijo uno de los fotógrafos más influyentes, Henri Cartier-Bresson “tus primeras diez mil fotos serán las peores”. [\[10\]](#)

Es el momento de adentrarnos en las más conocidas reglas de composición. Vamos a nombrar y mostrar algunos ejemplos de las más comunes; sabiendo que cada uno de ustedes encontrarán otras referencias.

Vamos a presentar un listado de preguntas que pueden servir como punto de partida.

1. ¿Está el horizonte recto? El horizonte es la línea en la que se unen la tierra y el cielo. Debe estar horizontal para que el espectador no tenga la sensación de que los edificios se caen, o que los árboles han crecido de lado.
2. ¿El sujeto es fuerte dentro de la imagen? Una foto que muestra al sujeto principal debe concentrarse en él y no distraer a los lectores con otras personas u objetos en la composición.
3. ¿Hay elementos que distraen?, ¿puede cambiar el ángulo? En algunas ocasiones hay objetos que estorban y que se pueden ocultar si nos movemos unos pocos centímetros.
4. Sobre las personas: ¿tienen algo que crece sobre su cabeza?, ¿ha cortado cabezas, pies, brazos o piernas? Pocas cosas son tan peligrosas para mutilar a una persona como una cámara fotográfica mal utilizada.
5. Contacto visual: cuando fotografiamos a un grupo de personas, ¿tenemos contacto visual con todas las personas? Al fotografiar un grupo de personas es muy conveniente que todos miren a la cámara; por lo que sugerimos que los fotógrafos hagan su trabajo uno a la vez.

6. Posición de la cámara ante los ojos del sujeto. Es una de las reglas más importantes: mostrar al sujeto fotografiado ubicando la cámara a la altura del fotografiado. Veremos un poco más de este aspecto cuando estudiemos los ángulos en la fotografía; unos párrafos más adelante.
7. ¿La regla de los tercios se usa efectivamente? Esta es quizás una de las reglas más aplicadas por todos los fotógrafos.
8. ¿Es esa la historia que quieras decirle al espectador? Todas las fotos pueden contar algo, o simplemente convertirse en tomas sin sentido.
9. Menos, es más. Concentrarse en un elemento puede ser muy útil para hacer una fotografía. Está íntimamente relacionada con la ley de espacio negativo.

Ni siquiera nos atrevemos a pedirle que memorice esta lista; sino que la ponga en práctica para cada fotografía que tome a partir de ahora.

Veremos a continuación algunas de las normas de composición más generalizadas; también llamadas como reglas de composición:

3.1. Reglas de composición

Aprender a componer una fotografía es un proceso que puede llevar algún tiempo. Por supuesto, hay quienes tienen un don innato y les resulta mucho más fácil; pero para quienes tenemos menos habilidad de nacimiento, nos vienen bien algunas normas que nos ayudarán a crear mejores fotografías.

3.1.1. Apuntar al centro

Lo más común es que se coloque al sujeto en el centro de la imagen. Es conveniente en muchos casos. No hay mucho que podamos explicar sobre este tipo de composición. La figura 6 es un ejemplo de una foto en la que el punto de atención está en el centro.



Figura 6

Composición centrada



Nota. Barrazaeta, P., 2023

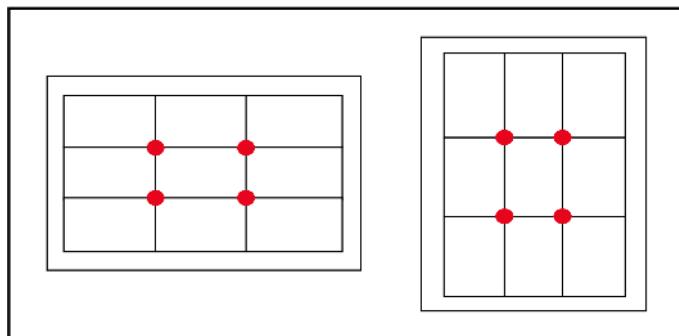
En este caso todo el entorno es oscuro; por lo que el resultado en el centro es lo que más llama la atención.

3.1.2. Regla de los tercios

Sin duda es una de las citadas por todos los creadores de imágenes. No haremos en este momento una descripción de las series matemáticas que explican esta norma con exactitud. Vamos a indicar que todos los seres humanos observamos cualquier obra visual, organizándola en 9 secciones; tal como se muestra en la figura 7. Funciona de igual manera en formato vertical u horizontal:

Figura 7

Ejemplos de composición usando la regla de los tercios



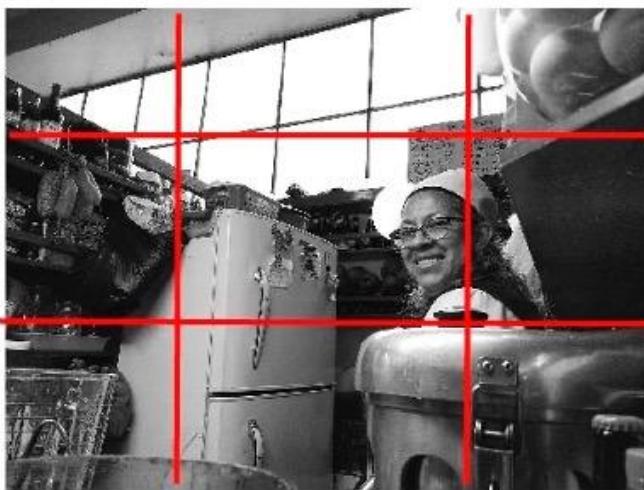
Nota. Barrazaeta, P., 2023

Fundamentalmente esta regla nos indica que debemos colocar al sujeto relevante de la fotografía en cualquiera de los puntos en los que las líneas se cruzan; es decir, en los puntos marcados en rojo, que son los puntos de mayor atención.

La razón para usar esta regla es que de manera automática, los seres humanos nos fijamos en estos puntos de cualquier obra. Así se muestra en la figura 8:

Figura 8

Fotografía usando composición de regla de los tercios

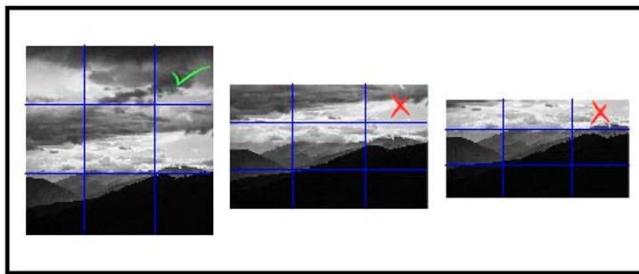


Nota. Barrazaeta, P., 2023

Al momento de hacer fotografías de paisajes deberemos colocar el horizonte en el tercio superior o inferior; pero nunca en el medio. Dependerá de lo que deseamos mostrar. Si definimos que lo más interesante está en el cielo, conviene colocar el motivo haciendo coincidir el horizonte con el tercio inferior; si por el contrario, el interés está debajo del horizonte, será mejor que hagamos coincidir el horizonte con el tercio superior, como se muestra en la figura 9:

Figura 9

Ejemplos del horizonte bien colocado y mal colocado



Nota. Barrazaeta, P., 2023

En la imagen que precede hemos marcado que la correcta es la imagen en la que el cielo tiene mayor importancia visual por las nubes; mientras que las montañas son apenas negras y poco llamativas.

3.1.3. Ley de la mirada

Este apartado nos indica que debemos dejar mayor espacio hacia donde se dirige la mirada del personaje en la imagen. Está muy relacionada con la ley de los tercios; es decir, que hemos de colocar al sujeto en el tercio derecho o izquierdo según sea el caso de la mirada de la persona. Veamos un ejemplo en la figura 10:

Figura 10

Uso de composición con la regla de la mirada



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.1.4. Llenar el cuadro

Otra norma en la composición es que llenemos el cuadro de la fotografía por completo; es decir, que toda la superficie de la imagen represente lo que estamos enfocando. El complemento de esta ley es conocido como “espacio negativo”. Consiste en dejar mucho espacio alrededor del sujeto principal para que el sujeto resalte por contraste. En la figura 11 vemos un ejemplo de ambos tipos de composición:

Figura 11

Composición que rellena el cuadro



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.1.5. Grupos de tres

Las composiciones fotográficas que presentan grupos de tres elementos son más atractivas que aquellas que presentan mayor o menor cantidad de elementos, como nos muestra la figura 12.

Figura 12

Composición usando grupo de tres elementos



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.1.6. Triángulos

Este tipo de composición es muy poco común; pero no por ello menos atractivo. Para hallar este estilo nos podemos ayudar de elementos naturales como plantas; o de los efectos de luz como la figura 13.

Figura 13

Composición en triángulo



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2. Planos

Luego de repasar algunas de las más comunes normas de composición, veremos lo que complementa la composición: los planos.

Es muy común que se describa estos contenidos como gramática de planos. Hemos de aclarar que algunos directores utilizan términos diferentes para referirse a algunos planos.

Si hay que seguir un orden, será mejor iniciar por el mayor y luego reducir el campo de cobertura.

3.2.1. Plano general

La naturaleza de este plano es descriptiva; es decir, se emplea para contextualizar determinada información. El objetivo de este plano es mostrar la mayor superficie posible. Este plano se aplica principalmente en locaciones internas o externas para explicar en dónde se va a realizar la acción. También se utiliza para imágenes de grupo. Un ejemplo se observa en la figura 14:

Figura 14

Paisaje en plano general



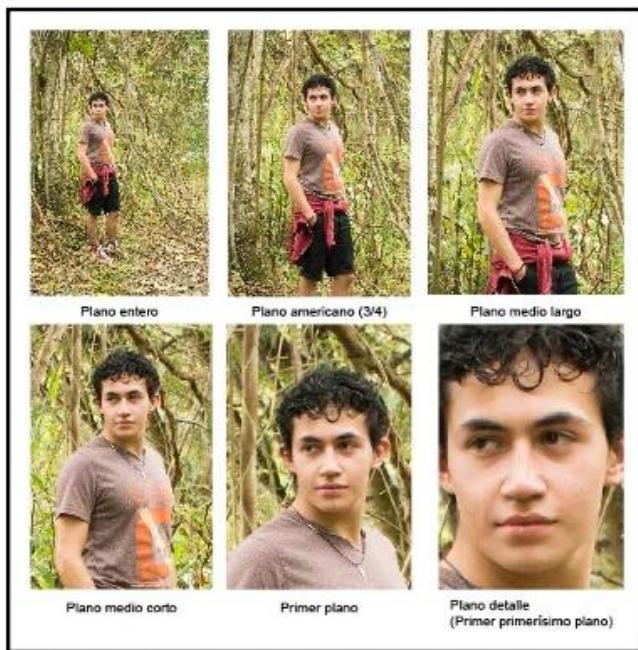
Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.2. Planos personales

Para describir los planos que se emplean en personas, vamos a concentrarnos en la figura 15:

Figura 15

Distintos planos personales



Nota. Barraza, P., 2023

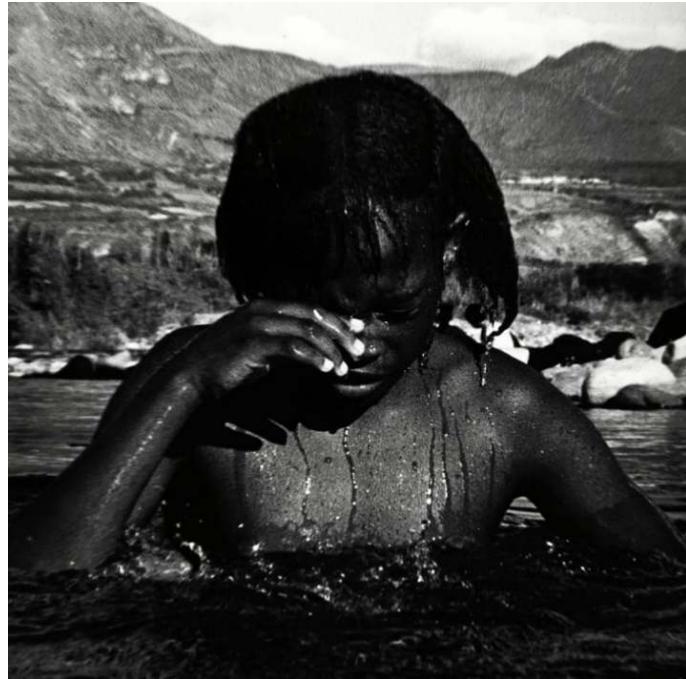
Vemos en la imagen que el plano entero muestra a la persona desde los pies, hasta la cabeza. El plano americano, también conocido como plano tres cuartos $\frac{3}{4}$, presenta a la persona desde la canilla hasta la cabeza; el plano medio largo, desde debajo de la cadera hacia arriba; el plano medio corto, desde la parte superior de la cadera hasta la cabeza, el primer plano se concentra en el rostro y los hombros y el plano detalla, también llamado Primer Primerísimo Plano (PPP), se concentra únicamente en el rostro. Es necesario aclarar que para algunos autores el PPP es más cerrado y presenta solamente una parte más pequeña del rostro.

A la gramática de planos se suman los ángulos desde los que se puede captar la fotografía. Vamos a verlos:

3.2.3. Ángulo frontal

Consiste en ubicarse de frente al sujeto, ubicando la cámara a la altura de los ojos de la persona que vamos a fotografiar. Tal como en la figura 16.

Figura 16
Ángulo frontal



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.4. Ángulo lateral

El fotógrafo se ubicará al lado de la persona que se va a retratar:

Figura 17
Ángulo lateral



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.5. Ángulo tres cuartos

No se debe confundir con el plano 3/4. El ángulo es la ubicación de la cámara con respecto al sujeto, como evidencia la figura 18:

Figura 18
Ángulo tres cuartos

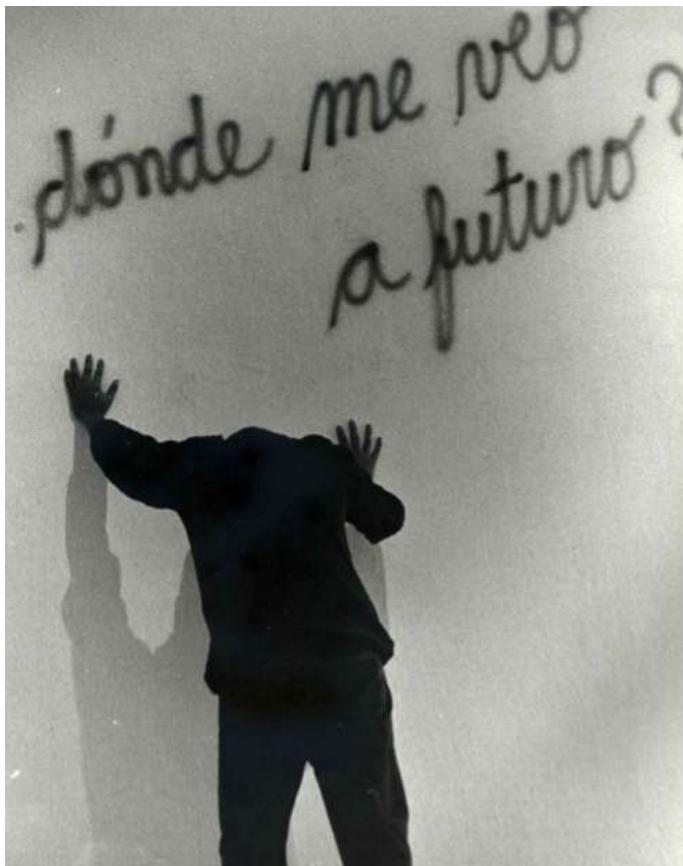


Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.6. Ángulo posterio

Es un ángulo de tiro que muy pocas veces trabajemos. Consiste en colocarse detrás del sujeto a fotografiar. Suele hacerse más en el cine, para dar la impresión de seguir a un personaje. En fotografía de modas también hay un repertorio de ese encuadre. En fotoperiodismo es mucho menos usual; pero es importante que lo conozcamos. Un ejemplo en la figura 19:

Figura 19
Ángulo posterior

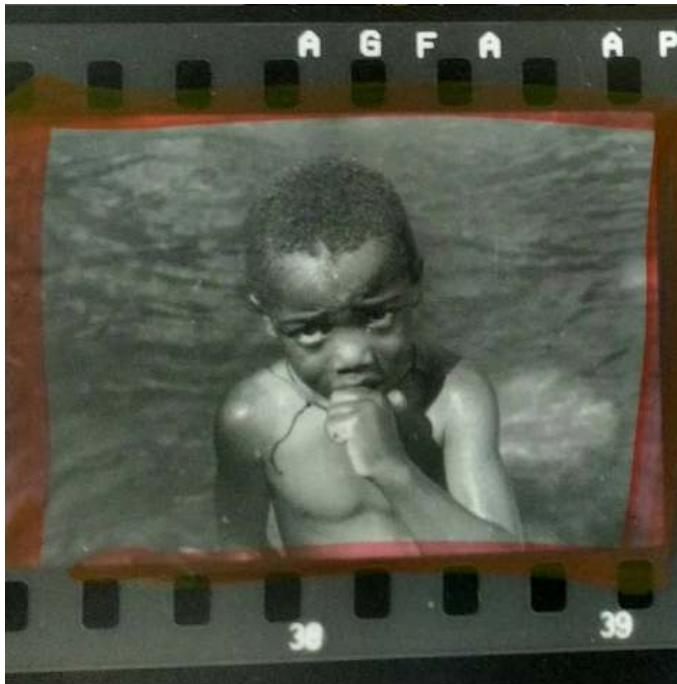


Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.7. Ángulo picado

Utilizar la cámara desde arriba hacia abajo mostrará al retratado como un personaje secundario; es decir, pequeño, pobre, reducido, y en general, con menos condiciones que el fotógrafo y el espectador; es decir, con valores negativos. En la figura 20 podemos apreciarlo.

Figura 20
Ángulo picado



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.8. Ángulo contrapicado

Es exactamente lo contrario que el picado. Usa la cámara desde abajo hacia arriba y el resultado es que presenta al objeto u objeto como muy grande, poderoso o con valores positivos. En la figura 21 lo podemos ver.

Figura 21
Ángulo contrapicado



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.9. Ángulo cenital

Es el extremo del ángulo contrapicado. Se trata de colocar la cámara en paralelo con la vertical; completamente desde arriba hacia abajo. Magnifica los resultados del ángulo picado, presentando condiciones mínimas del fotografiado. Por supuesto, si se suma a la desaturación de color (uso de blanco y negro), los resultados son aún más dramáticos. Como se presenta en la figura 22:

Figura 22
Ángulo cenital



Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.2.10. Ángulo nadir

Se describe como el uso de la cámara completamente hacia arriba. Es un ángulo muy poco usual en fotoperiodismo; pero han existido algunas modas que hacen uso de esta posición de la cámara. El poco uso de este tipo de tomas es que mostraría a las personas danto más importancia a las plantas de los pies que a las manos o el rostro. Es frecuente en fotografía arquitectónica. En el ejemplo propuesto en la figura 23 hay una muestra.

Figura 23
Ángulo nadir



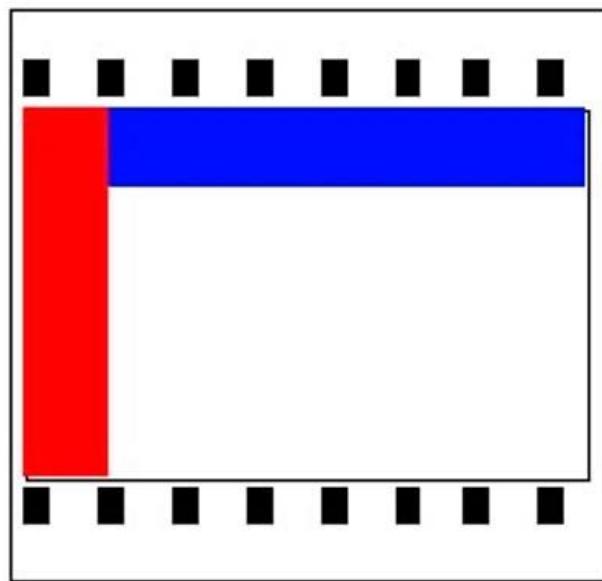
Nota. Barrazaeta, P., 2023

3.3. Relación de aspecto

La relación de aspecto es la proporción entre el ancho y el alto de una imagen y genera un aspecto determinado. Para comprender mejor este criterio, que es muy importante en la fotografía, debemos partir por la fotografía analógica. En la figura 24 vemos el esquema de un fotograma de rollo analógico. Podemos ver que el lado azul es más largo que el lado rojo.

Figura 24

Relación de aspecto de fotografía analógica de 35 mm



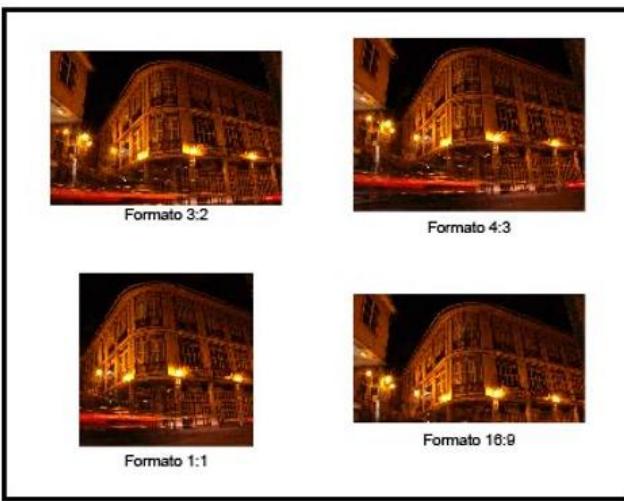
Nota. Barrazaeta, P., 2023

Esa proporción de 3 a 2, en ese orden, es el formato clásico de la fotografía. No obstante, no era el único formato. Seguramente han visto las fotografías instantáneas, en formato cuadrado; es decir, 1 a 1, por eso son cuadradas (de allí que la red Instagram toma esa forma). Otro de los formatos de proporción es 4 a 3; es decir, que la horizontal equivale a 4 mientras la vertical equivale a 3; que se convirtió en un estándar para algunos fabricantes.

Por otro lado, existe el formato de cine que tiene una proporción horizontal equivalente a 16; mientras que la vertical es de 9. Algunos equipos fotográficos actuales brindan la posibilidad de trabajar en cualquiera de esos formatos. En la figura 25 presentamos un ejemplo de esas proporciones. Podemos apreciar las diferencias de los resultados y como se afecta la composición:

Figura 25

Distintas relaciones de aspecto de la fotografía



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.

[10] No se conoce la fecha o publicación de esta frase; pero al parecer es una frase que usó constantemente y que ha quedado presente en todos los fotógrafos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Ya conocidos los principales principios de composición, le invitamos a que busque en cualquier fuente que esté a su alcance al menos tres imágenes por cada una de las normas que se han presentado.
2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática. Le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta. Luego compare sus respuestas con el solucionario que se encuentra al final de esta guía.



Autoevaluación 3

Seleccione la respuesta correcta.

1. ¿Qué se necesita primero para hacer una fotografía?

- a. Una cámara de fotos.
- b. Una combinación de ojo e imaginación.
- c. Una buena iluminación.

2. ¿Qué puede ser más importante que la tecnología utilizada para capturar una fotografía?

- a. El fotógrafo.
- b. El tipo de cámara utilizada.
- c. La ubicación de la toma.

3. ¿Cuál es una de las reglas más aplicadas por todos los fotógrafos según el texto?

- a. La regla de los tercios.
- b. La regla de la mirada.
- c. La regla del espacio negativo.

4. ¿En qué se basa la regla de los tercios?

- a. En dividir la imagen en 9 secciones.
- b. En colocar el horizonte en el centro de la imagen.
- c. En centrar el sujeto principal de la fotografía.

5. ¿Qué plano se utiliza principalmente para contextualizar la información en una fotografía?

- a. Plano general.
- b. Plano medio largo.
- c. Plano americano.



6. ¿Cuál de los siguientes ángulos muestra al sujeto como un personaje secundario y con valores negativos?



- a. Ángulo picado.
- b. Ángulo contrapicado.
- c. Ángulo cenital.

7. ¿Cuál es la ley de composición que en el cuadro lleno hace que destaque un elemento?



- a. Ley del espacio negativo.
- b. Ley de la mirada.
- c. Ley de llenado del cuadro.

8. ¿Cuál es el ángulo que muestra al sujeto desde el frente, a la altura de los ojos?



- a. Ángulo frontal.
- b. Ángulo lateral.
- c. Ángulo tres cuartos.

9. ¿Qué norma de composición se centra en los ojos de una persona?



- a. Regla de los tercios.
- b. Ley de la mirada.
- c. Grupos de tres.

10. ¿Qué se necesita para mejorar la composición fotográfica?

- a. Estudiar a maestros de la fotografía y del arte.
- b. Contar con la tecnología más avanzada.
- c. Estudiar la luz reflejada del objeto a fotografiar.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 1:

Aporta al desarrollo de la cultura visual.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 4

Unidad 4. Fotografía digital

Adentrémonos ahora a estudiar algunos de los precedentes de la fotografía digital. Son muchos los conceptos técnicos que involucran la foto digital. Veremos que no son demasiado complicadas.

La principal diferencia entre una cámara analógica y digital es que la analógica usa rollos que se revelan y presentan la imagen en papel; y la digital se sirve de un sensor y una memoria que guarda la imagen para luego visualizarla en una pantalla.

Los resultados que ofrece la fotografía digital hacen que hoy en día la fotografía analógica prácticamente haya desaparecido. A esto se suma que las fotos digitales hallan en las redes sociales su hábitat perfecto para vivir y multiplicarse.

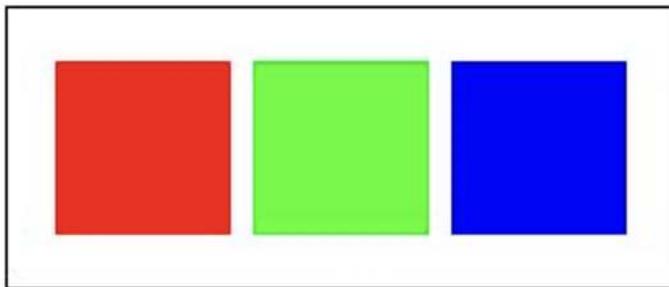
4.1. La fotografía digital y los píxeles

La foto digital se compone de píxeles. Por ello, no siempre requiere un respaldo físico. Viene ahora una pregunta fundamental: ¿qué es un píxel?

Es la unidad de información mínima que forma una imagen digital. No puede presentar una imagen por sí solo; ya que solamente sería un cuadrado de un color plano, como representa la figura 26.

Figura 26

Ejemplo de color puro de pixel en rojo, verde y azul



Nota. Barrazaeta, P., 2023

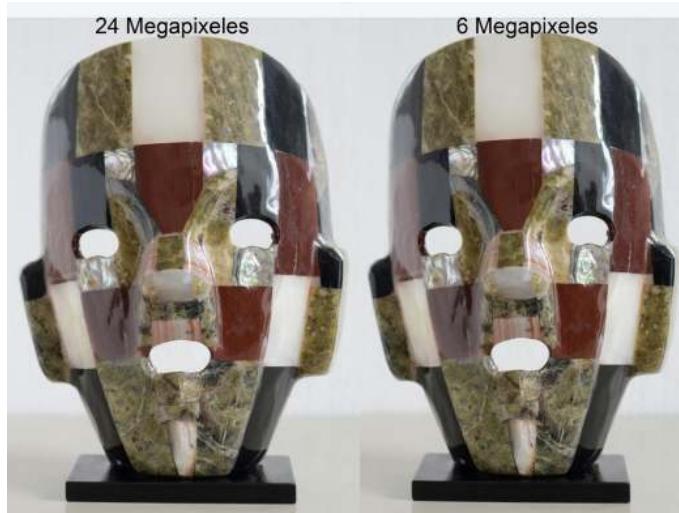
El píxel no se puede medir mientras no esté plasmado en un soporte. No se le puede asignar una medida; ya que se trata de un punto. Un punto puede ser muy pequeño o cubrir una superficie un poco más grande.

Lo que, si podemos afirmar, es que una foto tendrá mejor calidad mientras mayor número de píxeles tenga.

En una pantalla de ordenador y de un teléfono móvil es muy difícil notar una diferencia significativa en cantidad de píxeles. Se puede apreciar más en productos impresos que sean más grandes que una hoja de tamaño normalizado A4; que mide 21 por 29,7 centímetros. La figura 27 lo demuestra.

Figura 27

Distintas resoluciones de la misma imagen



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Es muy fácil deducir que mientras más píxeles tenga una imagen, su calidad será superior; pero también depende de la resolución; es decir, de la cantidad de píxeles que existe en una determinada superficie.

A continuación, para ampliar sus conocimientos, le invitamos a observar el siguiente video sobre [Avances tecnológicos - ¿Qué es un píxel?](#)

Queda claro que la imagen es la suma de píxeles que se generan en el sensor de la cámara. Vamos a hora a estudiar qué es el sensor:

4.2. El sensor

El sensor es un dispositivo electrónico que contiene células digitales sensibles a la luz. Cada una de esas células se estimula electrónicamente por la cantidad de luz que reciba. Un píxel tomará la luz y la transformará en un punto de luz de color rojo, verde o azul (R.G.B. [\[11\]](#) por las siglas en inglés).

La combinación de estos tres colores genera las combinaciones necesarias de colores para que veamos la fotografía.

La calidad de los sensores incide directamente en el resultado de la fotografía. El tipo de sensor y el tamaño son muy importantes; aunque gracias a la tecnología con la que se fabrican actualmente los dispositivos, sumado a los programas de mejoramiento de imagen, podemos hacer muy buenos trabajos con casi cualquier cámara. Mario Pérez (2011), experto en fotografía y estudioso de las tecnologías, nos ayuda a comprender mejor [los tipos y características de los sensores de cámaras de fotos \[actualizado\]](#).

En caso de que el sensor llegue a dañarse, reemplazarlo resulta complicado y costoso, a tal punto que muy posiblemente sea mejor comprar un nuevo equipo.



No se puede hablar de buena calidad técnica de la fotografía solamente por un sensor de buenas prestaciones. El resultado depende del lente, el procesador, la memoria interna del equipo, el sistema operativo o *Firmware* [\[12\]](#); pero, sobre todo, del creador de la foto.

4.3. Formatos de archivo

En fotografía hay varios formatos digitales. Memorizarlos todos resulta un poco largo y confuso; así que vamos a resumirlos en los más comunes y compatibles. Es importante reconocer que hay formatos universales, acogidos por los distintos fabricantes; pero cada marca trata de generar sus archivos propios para formatos no comprimidos.

Cuando nos adentramos en las características técnicas, vemos que una cámara no solamente archiva fotografías; sino que cada imagen es información administrada por los procesadores. Dado que la información es muy compleja, los formatos se comprimen para agilizar todos los procesos como descarga o envío por redes.

Sin los formatos comprimidos necesitaríamos procesadores de alta velocidad y un espacio digital enorme para archivo.

Una clasificación nada exhaustiva es dividir a los archivos en no comprimidos y comprimidos. Los archivos comprimidos se centran en el color y la ubicación de cada píxel. Si se trata de un paisaje de cielo azul, ubica el tono de cada color y el orden que ocupa para volver a darles el mismo orden cuando la imagen se comparta o se abra.

Los formatos comprimidos ocupan menos espacio en la memoria, por eso es más fácil manejarlos en documentos digitales y en redes. Entre los principales archivos comprimidos constan:

- **GIF** (*Graphic Interchange Format*). - Es también compartido por breves secuencias de video. Es adecuado para imágenes de hasta 256 colores, dibujos y algunas fotos de referencia muy pequeñas que no necesiten ampliación ni impresión. La desventaja es que limita la calidad.
- **JPEG** (*Joint Photographic Experts Group*). - Es el formato que se ha convertido estándar para fotografías; se utiliza con mucha facilidad para los archivos de Internet y es compatible prácticamente en todos los sistemas operativos y aplicaciones. Se escribe también como JPG.

Comprimir una fotografía en formato GIF o JPG, hace que se pierda información porque todos los sistemas de software basan su lectura en los píxeles como unidades de color y no unidades de información como luz, color, sombra, temperatura, contraste, entre otros.

La compresión de una foto es única para cada imagen; por ello, el tamaño del archivo resultante es diferente siempre. Una foto que hemos tomado no representa la misma cantidad de información que otra.

En los últimos años, también se usaron formatos como PCS o PICT; pero ya no son vigentes. Seguramente usted conoce otros formatos originales de sus dispositivos fotográficos.

Entre los formatos no comprimidos, es más conocido RAW (que en inglés significa crudo) que se denomina a la información en crudo que entregan los sensores de la cámara, es decir, son datos no procesados directamente por el sensor para que sean mejorados y luego se puedan entregar en un archivo



comprimido (JPG o GIF). Este formato ha ganado popularidad en el ámbito de la fotografía profesional debido a sus múltiples ventajas para el procesamiento de imágenes. Permite diversas opciones de edición, como el control de la temperatura de color, la corrección óptica, el enfoque, la sombra, la luz, los valores tonales de blanco y negro, y otros elementos que componen la fotografía en su totalidad.

El formato *RAW* no solo almacena una imagen, sino que también guarda información de todos los píxeles que componen la fotografía, asignándoles un valor completo (sin comprimir) de la profundidad del color. Por lo tanto, se puede decir que el formato *RAW* contiene una cantidad significativa de datos de la imagen original.

A continuación, en la figura 28, vemos una imagen captada en formato *RAW* sin edición junto a la edición que se logró:

Figura 28

Diferencia entre una fotografía sin editar y editada



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Es fácil ver que se logra mucho mejor detalle en las sombras y las zonas oscuras y temperatura del color.

El formato de archivo de imagen etiquetado (TIFF, por sus siglas en inglés) es otro archivo fotográfico muy utilizado. A diferencia del formato *RAW*, el TIFF comprime la información, pero guarda una mayor cantidad de información

para que la imagen no pierda calidad al ser editada en cualquier programa de edición. Es por eso que el TIFF también es muy popular entre los fotógrafos y diseñadores gráficos.

Los fabricantes de cámaras determinan la capacidad de almacenamiento en diferentes formatos. Por lo general, todas las cámaras (incluyendo los teléfonos) ofrecen la opción de guardar archivos en formato JPG, que actualmente es el formato más utilizado.

Cada fabricante de cámaras réflex tiene su propio formato *RAW* personalizado. Por ejemplo, Nikon utiliza el formato .NEF, Olympus el formato .ORF, Canon el formato .CR2, Panasonic el formato .RW2, y SONY el formato .ARW, entre otros formatos que varían según cada fabricante. No sería sorprendente que los fabricantes de teléfonos móviles también propongan nuevos formatos para las fotografías en el futuro.

Una de las desventajas de los archivos en formato *RAW* es que ocupan significativamente más espacio de almacenamiento en el disco en comparación con otros formatos. Por ejemplo, una fotografía en *RAW* puede ocupar aproximadamente tres veces más espacio que la misma imagen ya editada y comprimida en formato *JPG*. Esto puede limitar la cantidad de imágenes que se pueden almacenar en la cámara y en el disco interno o externo del ordenador. Por esta razón, es recomendable realizar una revisión constante de los archivos y eliminar aquellos que estén desenfocados o que no se utilizarán por alguna razón.

Existen otros formatos de imagen como el EPS, que se aplica a fotografía o dibujos. O algunos que son menos utilizados como el IFF; el PCX; el TARGA. También debemos mencionar los formatos PDF y el PNG, que son más prácticos para ciertas aplicaciones; especialmente en Internet.

En el siguiente artículo puede encontrar los [Formatos de imagen más importantes en Internet](#), además, revisar una comparativa de sus funciones.

En los medios de comunicación, se utilizan diversas plataformas y aplicaciones informáticas para controlar las imágenes, textos y diseño. Es esencial que todo el equipo de trabajo conozca los programas y versiones utilizadas. Cada medio de comunicación puede tener sistemas de diseño diferentes, y las condiciones pueden variar entre la versión impresa y digital.

4.4. La cámara digital

Pese a que se pueden hallar descubrimientos y experimentos anteriores, especialmente en 1921, con los primeros experimentos eléctricos, el surgimiento de las cámaras fotográficas digitales se ubica a mediados de la década de los 80. Sin embargo, hay que anotar que no fue un buen momento; ya que la computadora personal no había penetrado masivamente en el mercado y había un desconocimiento generalizado de la tecnología. Habría de pasar más de una década para que esta tecnología se popularice gracias a los avances de programas informáticos, de las pantallas a color, y sobre todo de la fotografía móvil.

Los inicios de la fotografía digital tampoco fueron sorprendentes y dejaron a muchas personas con la impresión de que no tendría éxito frente al tradicional rollo de fotos. En ese entonces, la resolución era de solo uno o dos megapíxeles y no había impresoras ni revelado digital, lo que limitaba su aceptación.

Con el tiempo, los productores de computadoras y los fabricantes de cámaras digitales mejoraron la tecnología y la calidad de visualización en pantalla. Las cámaras digitales se introdujeron en el mercado, se volvieron más asequibles y mejoraron sus prestaciones. La aparición de las redes sociales cambió la manera en que se comparten las imágenes y creó nuevos hábitos en la irrupción de las cámaras fotográficas digitales ha transformado de manera irreversible la forma en que vemos, almacenamos y compartimos imágenes. La llegada de las redes sociales, además, ha revolucionado la manera en que compartimos nuestras fotos y ha dado lugar a nuevos hábitos en la producción y consumo de imágenes.



En la actualidad, las redes sociales se han convertido en la principal forma de compartir fotografías. La manipulación directa de las imágenes a través de la cámara, aplicaciones para teléfonos móviles o programas de edición es prácticamente una norma para los usuarios.

Asimismo, todas las cámaras digitales actuales cuentan con una amplia variedad de opciones que permiten a los usuarios agregar toques de color, composición y detalle a sus imágenes sin la necesidad de cambiar lentes o invertir en equipos complejos y costosos. Los desarrolladores de aplicaciones también han creado sistemas intuitivos y fáciles de usar para hacer de la edición de fotos una tarea simple y cómoda.

El mercado mundial ha sido conquistado por las cámaras fotográficas digitales. Esto ha provocado la casi total desaparición de los rollos de fotos y los álbumes familiares impresos, que han sido reemplazados por galerías de imágenes en las redes sociales. Actualmente, dar like, tweet o compartir son actividades diarias comunes en nuestras vidas escolares y de ocio.

4.5. Lentes, luminosidad, distancias focales y Zoom

Ya que conocimos los formatos de la fotografía, ahora nos concentraremos en algunos aspectos técnicos que son importantes. Aunque buena parte de nuestro trabajo académico puede hacerse con un teléfono móvil, como profesionales de la comunicación es preciso que sepamos del lenguaje fotográfico. Iniciaremos con los lentes u objetivos.

4.5.1. Lentes

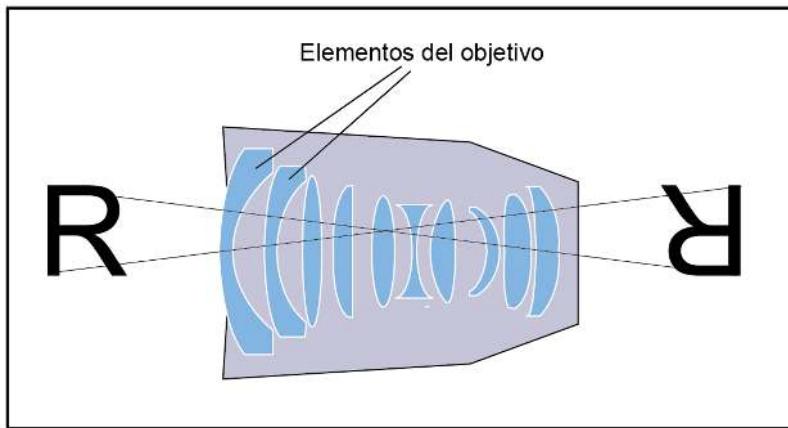
Cuando estamos en búsqueda de una cámara o un lente fotográfico, es muy común que nos preocupe el Zoom que poseen. Frecuentemente, al observar un lente de cámara, notamos que está marcado con un número que indica el grado de acercamiento. Sin embargo, no siempre tenemos certeza de la precisión del acercamiento. En otras palabras, sabemos que la capacidad de acercamiento se multiplica por el número que aparece en el lente, pero desconocemos cuál es el punto de inicio y de finalización del mismo.

Vamos a explicarlo en detalle:

Un objetivo o lente es un dispositivo conformado por una estructura tubular en la que se disponen varios elementos ópticos que facilitan la creación de una imagen que será proyectada sobre el sensor de la cámara y, en consecuencia, dará lugar a la fotografía deseada. En la figura 29 se puede observar con claridad la estructura del objetivo:

Figura 29

Elementos de un objetivo fotográfico



Nota. Barrazaeta, P., 2023

La observación del objetivo nos permite notar la presencia de distintos elementos ópticos que trabajan en conjunto para la formación de la imagen en el sensor. Estos elementos, elaborados con materiales de alta calidad como cristal o plástico, se encargan de afectar lo menos posible la calidad de la imagen. Es importante destacar que de nada serviría contar con una cámara profesional y un sensor de excelente calidad si no utilizamos un objetivo acorde a nuestras necesidades. Para hacerle justicia a una cámara de alta tecnología, es fundamental escoger un objetivo de calidad que se adapte a las expectativas del fotógrafo.

La construcción de un objetivo no es una tarea sencilla. Las fábricas de lentes fotográficos se asemejan a laboratorios donde se lleva a cabo un riguroso control de las partículas de polvo y humedad en el ambiente. La elaboración de

estos lentes requiere de materiales refinados y la utilización de instrumentos de alta precisión para lograr la calidad óptica deseada A continuación, le invito a observar un recorrido por una de las fábricas a través del video: "[Artesanía NIKKOR](#)".

La fabricación de lentes es una tarea compleja que tiene como resultado un límite en la capacidad del objetivo para permitir el paso de la luz. Este es el primer concepto clave de los lentes fotográficos y se conoce como luminosidad.

Repasemos este concepto que es clave en la fotografía:

La luminosidad de un lente se define como su capacidad para permitir el paso de la luz hacia el sensor. Este valor se puede calcular dividiendo la distancia focal por la apertura máxima del diafragma y se representa con una letra f/ o con el número 1 seguido de dos puntos (1:).

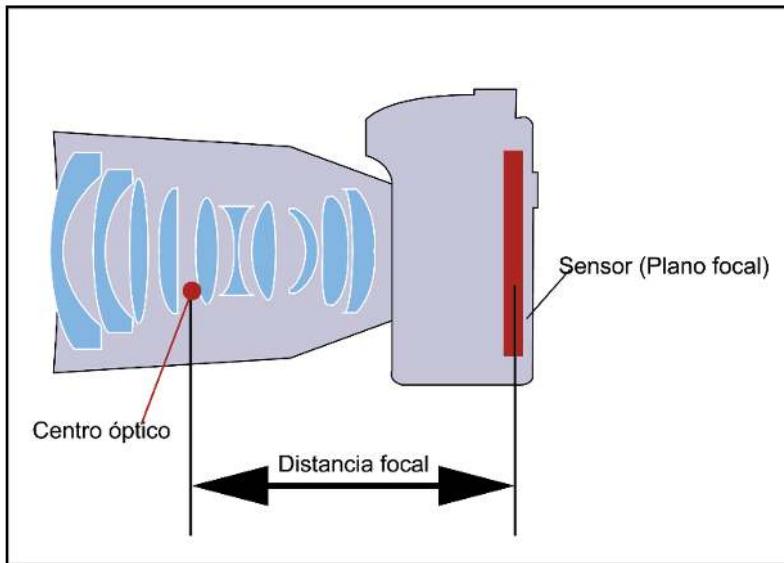


Es importante entender que la distancia focal es otra variable fundamental en la fotografía y se refiere a la distancia, medida en milímetros, que existe entre el centro óptico del objetivo y el plano focal en el que se proyecta la imagen. La distancia focal influye en la perspectiva y en el ángulo de visión de la imagen.

Sabemos que son conceptos nuevos para la mayor parte de lectores. En el esquema figura 30 vamos a ver estos criterios:

Figura 30

Esquema que muestra el centro óptico, plano focal (sensor) y distancia focal



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Es cierto que en la imagen anterior se muestra que el centro óptico se encuentra en el objetivo, pero es importante mencionar que el centro óptico no siempre está en el centro del lente. El centro óptico es el punto del objetivo donde los rayos de luz convergen y se forma la imagen.

Además, es importante mencionar que el plano focal no siempre coincide con el plano donde se encuentra el sensor. En algunos casos, puede haber una pequeña diferencia entre ambos planos, lo que se conoce como error de enfoque.

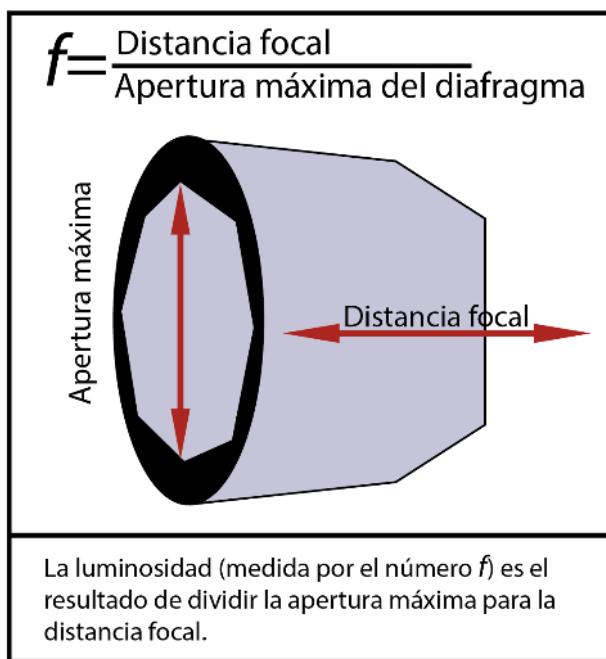
En resumen, el centro óptico es el punto del objetivo donde se forma la imagen y puede estar ubicado en diferentes posiciones del lente, mientras que el plano focal es el lugar en el que se proyecta la imagen; es decir, en las cámaras digitales, el sensor.

Ahora que conocemos los dos criterios fundamentales, resulta fácil comprender la distancia focal. Recordemos que está dada por la separación en milímetros entre el centro óptico y el plano focal.

Vamos a suponer que se puede fabricar el lente que sea tan perfecto como el ojo humano. Dado que la distancia focal normal es de 50 milímetros [13], la apertura debería ser de igual medida, entonces tenemos que la luminosidad es 50, dividido para 50, cuyo resultado es 1. La figura 31 nos presenta un esquema:

Figura 31

Luminosidad de un lente



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Esta fórmula nos permite conseguir un lente que es perfecto en teoría; pero que en la práctica es muy difícil de manejar y muy costoso de fabricar. Lo más práctico será entonces reducir a la mitad la luminosidad de ese lente. Calcular la mitad de la superficie de un círculo obedece a la fórmula geométrica $A=\pi r^2$ (área es igual a Pi por radio al cuadrado).

Son conocidos los datos del radio, la constante Pi y el área. Procedemos a despejar la fórmula y el resultado final es $f=1,4$. Al repetir el proceso, los resultados se detallan a continuación:

Figura 32

Ilustración de la apertura del diafragma

Más luminoso	1	
	1,4	
	2	
	2,8	
	4	
	5,6	
	8	
	11	
	16	
	22	
	32	
	44	
Menos luminoso	64	

Nota. Barrazaeta, P., 2023

La nomenclatura presentada no está en todos los lentes. Tanto las máximas como las mínimas no siempre están en todos los objetivos de las cámaras.

Todos los fabricantes de objetivos han adoptado una nomenclatura igual para guiar a los usuarios. Además, hay aperturas intermedias que se consiguen gracias a la tecnología digital.

Para facilitar la elección de un objetivo, los fabricantes han adoptado una enumeración estándar para indicar la máxima apertura del diafragma. Esta se representa mediante la letra f/ seguida de un número. Por ejemplo, un objetivo con una apertura máxima de f/1.8 permite pasar más luz que uno con una apertura máxima de f/4.

Además, gracias a la tecnología digital, se han desarrollado objetivos con aperturas intermedias que permiten un mayor control de los efectos que se producen al manipularlas.

Es importante destacar que a medida que se incrementa el número de diafragmas (f/stop) en un lente, se disminuye la apertura del diafragma, lo que a su vez disminuye la cantidad de luz que llega al sensor de la cámara. Esta reducción de la luminosidad puede afectar la exposición de la imagen.

La luminosidad de una imagen está sujeta a diversos factores, uno de los cuales es la distancia focal. Es importante tener en cuenta que, a medida que la distancia focal aumenta, la luminosidad disminuye. La razón detrás de esto es que la luminosidad se calcula al dividir la distancia focal por la apertura máxima del diafragma. Como resultado, los lentes Zoom tienen diferentes niveles de luminosidad dependiendo de su distancia focal.

Aunque algunos fabricantes han logrado crear lentes Zoom con aperturas constantes en todas las distancias focales, estos lentes suelen ser más pesados, voluminosos y costosos en comparación con los objetivos Zoom con diafragma variable. Sin embargo, para aquellos que buscan una calidad de imagen superior y una mayor flexibilidad en cuanto a la composición de la imagen, estos lentes Zoom con apertura constante pueden ser una excelente opción.

En la tabla 2 observamos una comparación entre lentes de apertura fija con distintas distancias focales.

Tabla 2

Comparación de objetivos tipo zoom de luminosidad fija y variable

Características		
Distancia focal	70-200	70-300
Apertura máxima en 70mm	2,8	4,5
Apertura máxima con el mayor zoom	2,8	5,6
Peso	3,15 libras	1,5 libras
Precio (referencial)	\$2346*	\$396*

Nota. Adaptado Nikon AF-S NIKKOR 70-200 mm f/2.8E FL ED VR Lens [Fotografía] bhphoto s/f ([Nikon AF-S NIKKOR 70-200mm f/2.8E FL ED VR Lens 20063 B&H Photo \(bhphotovideo.com\)](#)). Adaptado de Nikon AF-P DX NIKKOR 70-300 mm f/4.5-6.3G ED VR Lens[Fotografía] bhphoto s/f [Biblioteca virtual](#).

Tabla 3
Comparativa de dos lentes zoom

ISO	100	200	400	800	1600	3200	6400
	Menos luz						Más ruido
	Menos sensibilidad						Más sensibilidad
	Menos ruido						Más ruido

Nota. Barrazaeta, P., 2023.

En el mundo de la fotografía, no existe un lente que se adapte perfectamente a todas las necesidades de los fotógrafos y que brinde una fiabilidad absoluta en todas las condiciones de luz. Por esta razón, los fabricantes han creado lentes conocidos en la jerga profesional como “lentes todoterreno”, que pueden ser útiles para muchos trabajos, aunque no siempre funcionan bien en condiciones de luz desfavorables.

Es importante tener en cuenta que la luminosidad de los lentes todoterreno nunca será tan alta como la de los lentes de focal fija. A pesar de esto, los lentes todoterreno pueden ser una excelente opción para aquellos fotógrafos que buscan un lente que pueda manejar una amplia variedad de situaciones de fotografía de manera competente. En última instancia, la elección del lente adecuado dependerá de las necesidades específicas de cada fotógrafo y de las condiciones en las que planean tomar fotografías.

Le invito a continuar con el aprendizaje mediante la revisión de otros conceptos técnicos de la fotografía digital como los ángulos de visión, enfoque, profundidad de campo y cámaras réflex o DSLR.

4.6. Ángulos de visión

Cuando se trata de clasificar los objetivos según su distancia focal, generalmente se dividen en tres tipos: normal, gran angular y teleobjetivos. El objetivo normal es el punto de partida, y tiene una distancia focal de 50 milímetros. Se le llama “normal” porque su ángulo de visión es similar al de la visión humana promedio con un solo ojo abierto. En otras palabras, su campo de visión es similar al que experimentamos en la vida real. El ángulo de visión de un objetivo normal es de alrededor de 40 grados.

El siguiente tipo de objetivo es el gran angular, que tiene una distancia focal más corta que la del objetivo normal. Los objetivos gran angular tienen un ángulo de visión más amplio, lo que significa que pueden capturar más en la imagen. Estos objetivos son ideales para fotografiar paisajes, arquitectura y espacios interiores.

Por último, están los teleobjetivos, que tienen una distancia focal más larga que la del objetivo normal. Los teleobjetivos tienen un ángulo de visión estrecho, lo que significa que pueden enfocar objetos que están lejos y hacer que parezcan más cercanos en la imagen. Los teleobjetivos son ideales para fotografiar sujetos distantes como animales salvajes, eventos deportivos y retratos con un efecto de compresión de perspectiva. En la figura 32 presentamos algunos ejemplos [\[14\]](#).

Figura 33

Ejemplos de lentes con distancia focal normal (50 mm)



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Gran angular. Cuando la distancia focal de un objetivo es menor a 50 milímetros, se considera como gran angular, ya que a medida que la distancia focal se reduce, el ángulo de visión se amplía más allá del de un objetivo normal. En otras palabras, cuanto menor sea la distancia focal, mayor será el ángulo de visión. El objetivo gran angular más extremo es conocido como "ojo de pez" y se caracteriza por tener un ángulo de visión de hasta 360 grados, aunque no todos los modelos logran alcanzar esta magnitud. La figura 33 es una muestra.

Figura 34

Ejemplo de una foto con lente ojo de pez



Nota. Tomado de Stade FCBarcelona (Nou Camp - Spain) [Fotografía], por Jakometa, 2008, [jakometa](#), CC BY 2.0

Teleobjetivo. - Es también conocido por la abreviatura TELE. Un objetivo se considera un teleobjetivo si su distancia focal es mayor a 50 milímetros. Estos lentes tienen una característica distintiva: un ángulo de visión muy limitado. Sin embargo, su mayor ventaja es que nos permiten acercarnos más a los sujetos que queremos fotografiar. Actualmente, la tecnología óptica ha superado los límites, y los lentes pueden alcanzar fácilmente distancias focales de hasta 300 mm e incluso 2000 mm en algunos casos. Como muestra la figura 34, la profundidad de campo se reduce con estos lentes.

Figura 35

Profundidad de campo reducida por el uso de lente tele



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Hay algunos lentes de tipo Zoom con acercamientos extremos. A continuación, le invitamos a observar los siguientes videos, el primero es un lente [experimental](#); y el otro ya [disponible](#).

Aunque no hay reglas estrictas en fotografía, generalmente se recomienda utilizar un tipo de lente específico para cada situación. Para capturar paisajes, se sugiere utilizar lentes gran angular, mientras que para la naturaleza, especialmente para aves, se recomienda el uso de teleobjetivos. En cuanto a retratos, los lentes más populares son los normales de 50 mm y los teleobjetivos con distancias focales que varían entre 80 y 100 mm.

Es importante tener en cuenta que un lente con Zoom es un tipo de lente con distancia focal variable, lo que significa que el usuario puede ajustar la distancia focal a su gusto para lograr el resultado deseado.

Uno de los inconvenientes de los lentes con distancia focal variable es que pierden luminosidad a medida que se aumenta el Zoom. Esto se debe a que, como se mencionó anteriormente, la apertura del diafragma tiene un límite, y al aumentar la distancia focal, el número f resultante es mayor, lo que se

traduce en una menor cantidad de luz que llega al sensor. Es importante recordar que un número f más alto se corresponde con una apertura de diafragma más pequeña.

Solamente existen dos tipos de Zoom; el óptico y el digital. Los vamos a ver:

El Zoom **óptico** es posible gracias a un sistema mecánico integrado dentro de los lentes que se acoplan a la cámara y se puede ajustar de manera manual mediante un anillo o a través de la acción de botones o palancas. Los mecanismos de Zoom con anillo son más rápidos para acercar o alejar el sujeto a fotografiar.

Por otro lado, el Zoom **digital** no está disponible en cámaras DSLR ni mirrorless, pero sí en la mayoría de las cámaras compactas y bridge. El Zoom digital es una función que amplía la imagen mediante el sistema informático interno de la cámara.

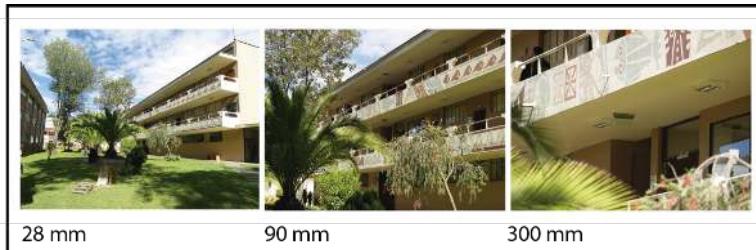
Otras cámaras como las que se incluyen en los teléfonos móviles tienen únicamente un Zoom digital; o varios lentes que combinados producen buenos resultados, dependiendo del modelo.

El Zoom digital es poco fiable y genera menor calidad. No debemos olvidar que el mejor Zoom es acercarnos a lo que queremos fotografiar. Así lo dijo **Robert Capa** “Si tu foto no es suficientemente buena, es porque no estuviste suficientemente cerca”. [\[15\]](#)

Ahora que conocemos definiciones técnicas como distancia focal y el Zoom, vamos a ver un ejemplo práctico de izquierda a derecha, hemos usado lentes de 28 mm, 90 mm y 300 mm:

Figura 36

Ejemplos de distancias focales



Nota. Barrazaeta, P., 2023

4.7. Enfoque

Después de haber comprendido las funciones y ajustes de nuestra cámara, es el momento de enfocar en el objeto de nuestra fotografía.

El enfoque puede ser automático o manual. El enfoque manual se ajusta directamente desde el objetivo y depende exclusivamente del fotógrafo. Por otro lado, el enfoque automático se encarga de mover los cristales del objetivo hasta que se logra una imagen nítida del sujeto. El enfoque automático funciona mediante el contraste o la diferencia de fase, y en algunos casos, incluye ambas funciones. Esta opción se conoce como “autoenfoque” y está presente en prácticamente todas las cámaras modernas. Para activar el autoenfoque, se debe presionar suavemente el disparador hasta la mitad, lo que pondrá en marcha automáticamente el enfoque.

Continuemos con el aprendizaje mediante la revisión de [Todo sobre el enfoque manual y automático en las cámaras réflex](#) en la lectura didáctica que muestra Pérez (2011).

En el caso del enfoque manual, se utiliza un anillo ubicado en el objetivo para poder enfocar con precisión el área deseada. Para el trabajo en la calle, donde la velocidad es importante, se recomienda utilizar el enfoque automático. Sin

embargo, en el trabajo de reportajes a largo plazo o en estudio, puede resultar conveniente el uso del enfoque manual para enfatizar un elemento específico dentro de la imagen.

Existen varios métodos de enfoque que se pueden configurar, y siempre es recomendable conocer bien el equipo con el que trabajamos. Incluso los teléfonos celulares tienen opciones para enfocar una zona específica.

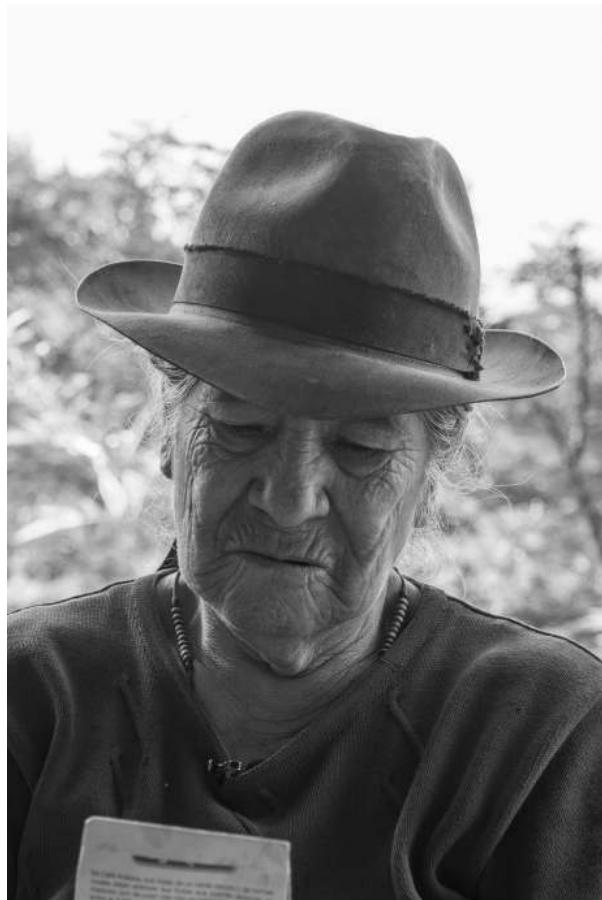
Veamos las posibilidades que ofrece el autoenfoque:

1. **Auto-focus simple:** consiste en que al apretar el botón de disparo levemente, el enfoque queda bloqueado hasta disparar. La cámara solo enfoca una vez. Este método se utiliza para fotografías estáticas e instantáneas.
2. **Auto-focus:** al apretar el botón de disparo levemente, el sujeto queda enfocado y si este se mueve de repente, la cámara reenfoca. Este modo se utiliza para motivos que se muevan de forma impredecible.
3. **Auto-focus:** consiste en que mientras se aprieta el botón de disparo, la cámara enfoca continuamente. Es un método muy útil cuando el sujeto se mueve constantemente, útil para deportes, movimientos de niños, automóviles, animales, etc.

Entonces, ¿cuándo debo utilizar un enfoque automático y cuándo uno manual? Eso dependerá mucho de la situación en la que se encuentre la escena, de la creatividad e intención de la foto. Si bien enfocamos lo que queramos destacar en la foto, se puede utilizar el enfoque de una manera creativa para dar una intención a la fotografía. En la instantánea de la figura 36, se ajustó el punto de enfoque para que resalte el rostro de la mujer y que el fondo no tenga importancia.



Figura 37
Enfoque selectivo



Nota. Barrazaeta, P., 2023

En la figura 38, se empleó un enfoque automático para que todo el cuadro quede nítido.

Figura 38

Enfoque en todo el cuadro



Nota. Barrazaeta, P., 2023

A continuación, dejamos algunos consejos para lograr un mejor enfoque:

- No enfocar y luego variar la distancia focal porque se pierde el enfoque.
- En escenas con poca iluminación asegurarse que la cámara tenga activados los mecanismos de ayuda mediante luz infrarroja o flash.
- Poner mucha atención a superficies sin textura porque el sistema de enfoque utiliza contrastes en bordes, por eso es mejor hacer coincidir el punto de enfoque con zonas contrastadas.
- Usar el enfoque manual puede reducir la profundidad de campo.

¿Qué es la profundidad de campo?

Técnicamente, podemos definirla como el espacio entre los planos que aparecen nítidos en una fotografía. También se conoce como enfoque selectivo. Para entenderlo mejor, imaginemos que trabajamos con una apertura de diafragma muy amplia, por ejemplo, f/2. Esto permite que pase mucha luz hacia el sensor de la cámara, lo que resulta en una profundidad de campo reducida. Por el contrario, si utilizamos un objetivo con una apertura de diafragma más cerrada, por ejemplo, f/22, la profundidad de campo aumenta. Veamos un ejemplo con los valores mencionados: en la imagen de la izquierda, el fondo aparece completamente desenfocado, mientras que en la imagen de la derecha se puede apreciar el entorno natural.

4.8. Profundidad de campo

Figura 39

Diferentes profundidades de campo



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Cuando trabajamos con un lente macro, la profundidad de campo se reduce aún más debido a que se está enfocando objetos extremadamente cercanos a la cámara. En este tipo de fotografía, es común ver imágenes en las que solo una pequeña parte de la imagen está nítida, mientras que el resto aparece borroso y desenfocado.

El fotógrafo debe ser muy cuidadoso al elegir qué parte de la imagen desea que aparezca nítida y enfocada, y debe asegurarse de que el enfoque esté perfectamente ajustado en esa área.

A pesar de la dificultad que conlleva este tipo de fotografía, los resultados pueden ser impresionantes. Los lentes macro son especialmente adecuados para fotografiar flores, insectos y otros pequeños detalles que a menudo pasan desapercibidos en la vida cotidiana.

Figura 40

Enfoque con lente macro



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Reducir la profundidad de campo es posible también mediante el uso de un lente de larga distancia focal (teleobjetivo). Este recurso se puede apreciar en la figura 41, donde el caballo y el jinete están enfocados, mientras que los espectadores y la construcción del fondo permanecen fuera de foco.

Figura 41

Profundidad de campo poco reducida



Nota. Barrazaeta, P., 2023

4.9. Cámaras réflex o DSLR

Las cámaras réflex son las más populares en el mundo profesional de los medios de comunicación diarios debido a su amplia gama de funciones de control manual que permiten un mayor nivel de creatividad para los fotógrafos. Estas cámaras permiten el intercambio de objetivos, incorporan un visor óptico que muestra exactamente lo que se va a capturar y tienen un sensor que resuelve con facilidad la mayoría de los retos fotográficos. Es importante tener en cuenta que hay modelos de réflex con sensores de diferentes tamaños y

capacidades, por lo que es necesario analizar todas las características y limitaciones antes de decidir el modelo a usar. Es recomendable hacer una búsqueda exhaustiva en *Internet* para conocer las posibilidades de personalización y actualizaciones de cada modelo.

Las cámaras réflex pueden ser utilizadas tanto por aficionados como por profesionales, y hay muchos fabricantes que introducen nuevas funciones, automatismos y mejoras en sus modelos. En los últimos años, se han incorporado cámaras con sensores capaces de recrear colores más realistas. En cuanto a la resolución de imagen, las cámaras réflex generan fotografías de entre 20 y 24 megapíxeles, aunque hay modelos que superan esta cifra y llegan a tener 36 o incluso 50 megapíxeles. La figura 42, muestra un ejemplo de un modelo de cámara réflex:

Figura 42
Modelo de cámara réflex



Nota. Tomado de Nikon D850: La Full Frame de las grandes cifras [Fotografía] Isabel González, s.f., [revista-gadget](#), CC BY 2.0

Dentro de la gama de cámaras réflex hay aparatos de formato completo, es decir que el sensor mide 24 por 36 milímetros; y otras de sensores más pequeños. Veremos en las unidades siguientes que el tamaño del sensor incide en la óptica positiva y negativamente.

Es importante considerar otros formatos de cámaras fotográficas, como las *action camera*, de pequeño tamaño y capaces de resistir al agua, polvo y vibraciones. También encontramos una amplia variedad de cámaras acuáticas, e incluso podemos incluir las cámaras 360°. Además, en algunas ocasiones, los fotógrafos tienen acceso restringido a ciertos lugares y han capturado fotografías para periódicos utilizando dispositivos móviles, principalmente celulares. En otros casos, las cámaras de seguridad se utilizan como verificadoras de los hechos.

Como podemos ver, hay nuevos formatos que poco a poco están ganando mercado, mientras que otros tienden a desaparecer, gracias a la evolución de la tecnología.

Una vez que haya revisado los formatos de las cámaras fotográficas más conocidas, es posible que se sienta tentado a adquirir un modelo nuevo o mejor que el que tiene actualmente. Sin embargo, es importante tener en cuenta que aunque las características tecnológicas pueden diferir y ofrecer resultados óptimos, no existe una cámara que pueda mejorar los resultados si no estamos dispuestos a hacer un mayor esfuerzo. La creación de una fotografía comienza en la mente del fotógrafo y no requiere necesariamente de un equipo más sofisticado.

4.9.1. Elementos de una cámara fotográfica

Objetivo

En un extremo de la cámara se encuentra el lente, que dirige los rayos de luz hacia el sensor digital ubicado en el otro extremo. En el caso de las cámaras réflex de objetivos intercambiables, las características del lente pueden variar

según el cambio que se aplique. La gran variedad de lentes disponibles ofrece amplias posibilidades para los fotógrafos, aunque su calidad suele estar directamente relacionada con el precio.

Los fabricantes han creado una amplia variedad de objetivos para satisfacer diversas necesidades fotográficas. En la figura 43, se muestra un ejemplo de uno de los fabricantes:

Figura 43

Distintos lentes existentes para una marca



Nota. Tomado de Tipos de objetivos fotográficos: Guía teórica y práctica [Fotografía], Juan M. Ibarrola, s.f., [decamaras](#), CC BY 2.0

En los diarios, los fotógrafos suelen tener a su disposición un conjunto de dos o tres lentes que cubren los rangos de trabajo diario. Las políticas en cada medio pueden variar, algunos fotógrafos pueden solicitar el equipo con el que trabajan, mientras que otros pueden estar limitados por los dispositivos disponibles y no pueden hacer cambios. Dentro del objetivo se encuentra el diafragma, un mecanismo que permite controlar el paso de luz y lo veremos a continuación.

Diafragma

Dentro del objetivo se encuentra el diafragma, que es un mecanismo interno del objetivo y su función es controlar el tamaño del rayo de luz que penetra hacia el sensor. Como vimos antes, mientras mayor sea la capacidad de

apertura del diafragma, mayor será la luminosidad del lente y por ende mejor calidad en la imagen resultante. Eso sí, afectará directamente a la profundidad de campo. La apertura del diafragma se puede controlar desde el cuerpo de la cámara o desde el propio lente dependiendo del modelo con el que se trabaje.

En la mayoría de catálogos profesionales se indica el número de "cuchillas" (blades en inglés) que tiene el diafragma. Este parecería ser un dato innecesario; pero genera diferentes resultados en la imagen. Para conocer un poco más sobre los resultados del diafragma le invitamos a leer [Cuantas hojas tiene tu diafragma y como influye en tu foto](#).

Obturador

El obturador de la cámara se encarga de dejar pasar la luz desde el lente hacia el sensor por un periodo de tiempo. Ese tiempo puede ser programado en fracciones de segundo, congelando el movimiento; o por tiempos más prolongados, representando el movimiento en la imagen captada. Mientras mayor sea el tiempo de exposición, más luz entrará al sensor. También se conoce como velocidad de obturación.

Sensor

Capta la imagen y la lleva hacia la tarjeta de memoria; o la memoria interna de la cámara. Como hemos visto, la importancia del sensor es vital. No únicamente el tamaño de este sino la calidad del color que ofrece (profundidad de color), la resolución, la respuesta ante ambientes poco iluminados, la durabilidad, entre otros.

El sensor es bastante delicado y debemos evitar a toda costa tocarlo con las manos o cualquier instrumento. Incluso se recomienda que cuando cambiamos los objetivos de una cámara réflex lo hagamos muy rápido para evitar el ingreso de polvo o humedad. Otro consejo es procurar que el anillo de la cámara se ubique hacia abajo. Tal como se muestra en el siguiente [cambio de objetivos](#).

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

[11] Las siglas RGB son utilizadas de manera generalizada en todos los dispositivos que incorporan una pantalla multicolor. Es importante que conozca las diferentes teorías del color, ya que estas nos permiten acercarnos a los sistemas de impresión y de captura de imagen.

[12] El firmware es el programa que controla los mecanismos y circuitos electrónicos de una cámara fotográfica.

[13] Veremos en las siguientes unidades por qué esta distancia focal es considerada normal.

[14] La diferencia en la apariencia entre las fotografías se debe a que la imagen de la izquierda fue tomada con una cámara de formato tres cuartos y la foto de la derecha con formato 3:2.

[15] Esta repetida frase de Robert Capa parece no tener un origen claro; pero define muy bien su trabajo y su estilo de fotografía. Murió al pisar una mina antipersonal en una de sus coberturas de guerra.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Hemos estudiado varios conceptos de la cámara fotográfica. Es tiempo para que se concentre en su propio equipo fotográfico.

1. Describa cada parte de su equipo fotográfico. Averigüe qué tipo de sensor tiene, la luminosidad de su lente, las distancias focales y los ángulos de visión de los que dispone.
2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática. Le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 4

A continuación, va a encontrar un listado de preguntas y opciones de respuesta. Debe seleccionar la respuesta correcta:

1. ¿Qué es un píxel en fotografía digital?

- a. Es la unidad de información mínima que forma una imagen digital.
- b. Es una medida del tamaño de la imagen en una pantalla.
- c. Es un punto que no se puede medir en un soporte físico.

2. ¿Qué es el sensor en una cámara digital?

- a. Es un dispositivo electrónico que contiene células sensibles a la luz.
- b. Es un elemento que mejora la calidad de la imagen en una fotografía.
- c. Es un componente que almacena las imágenes captadas por la cámara.

3. ¿Cuál es la importancia del sensor en la calidad de la fotografía?

- a. La calidad de los sensores incide directamente en el resultado de la fotografía.
- b. El sensor no tiene influencia en la calidad de la fotografía.
- c. La calidad de la fotografía depende únicamente del lente utilizado.

4. ¿Cuál es el formato más utilizado para fotografías en Internet y sistemas operativos?

- a. GIF.
- b. JPEG/JPG.
- c. RAW.

5. ¿Qué ventaja tiene el formato RAW en fotografía?



- a. Permite diversas opciones de edición y contiene una cantidad significativa de datos de la imagen original.
 - b. Ocupa menos espacio de almacenamiento en comparación con otros formatos.
 - c. Es compatible con la mayoría de los sistemas operativos y aplicaciones.
6. ¿Qué elementos componen la estructura de un objetivo fotográfico?
- a. Lentes.
 - b. Espejos.
 - c. Filtros.
7. ¿Cuál es el punto del objetivo donde convergen los rayos de luz y se forma la imagen?
- a. Centro óptico.
 - b. Plano focal.
 - c. Sensor.
8. ¿Cómo se calcula la luminosidad de un objetivo?
- a. Dividiendo la distancia focal por la apertura máxima del diafragma.
 - b. Multiplicando la distancia focal por el número que aparece en el objetivo.
 - c. Sumando la distancia focal y la apertura máxima del diafragma.
9. ¿Qué es la distancia focal en fotografía?
- a. La distancia entre el objetivo y el sensor de la cámara.
 - b. La distancia entre el objetivo y el sujeto fotografiado.
 - c. La distancia entre el centro óptico del objetivo y el plano focal.
10. ¿Qué son los lentes Zoom?



- a. Lentes con una distancia focal fija.
- b. Lentes que permiten cambiar la distancia focal.
- c. Lentes especiales para fotografía de paisajes.

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 5

Unidad 5. El triángulo fotográfico

En esta unidad vamos a relacionar los conceptos claves que componen el triángulo fotográfico.

El triángulo fotográfico está compuesto por la apertura del diafragma, la sensibilidad o ISO y la velocidad de obturación. Para controlar completamente las tres variables dependemos de un equipo que brinde la opción de control manual para cada una.

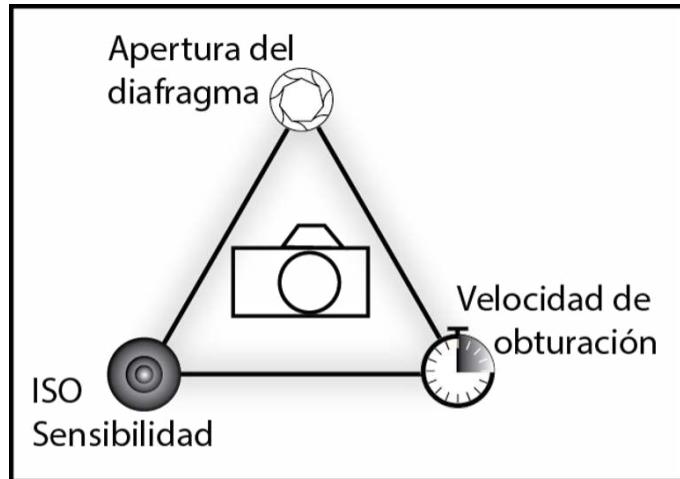
Como vimos antes, la apertura del diafragma depende del lente; pudiendo ser de apertura fija o variable. También la apertura varía en función del Zoom que se utilice. La velocidad de obturación es el tiempo durante el que la luz pasará al sensor. Finalmente, el ISO es la sensibilidad del sensor ante el estímulo de la luz.

La figura 44 presenta el esquema del triángulo fotográfico.



Figura 44

El triángulo fotográfico



Nota. Barrazaeta, P., 2023

¿Cómo saber qué valores asignamos a la cámara para una fotografía? Es imposible dar una respuesta ahora. Todo dependerá de las condiciones de luz en las que se encuentre, del efecto de movimiento que desee lograr y del resultado técnico que brinde su equipo.

Para estudiar este apartado vamos a explorar cada vértice del triángulo:

5.1. Sensibilidad ISO

Empecemos hablando del valor del ISO, el cual representa la sensibilidad del sensor de la cámara a la luz que recibe. En otras palabras, es la capacidad del sensor para transformar la luz en información digital y crear una imagen fotográfica. El ISO se utilizaba anteriormente para medir la receptividad de los rollos de película a la luz, pero los fabricantes de diferentes países usaban diferentes valores, lo que resultaba en confusión para los consumidores. Para solucionar esto, se adoptó una nomenclatura universal.

Con la llegada de la tecnología digital, se retomó el estándar del ISO y los fabricantes compiten por ofrecer cámaras que superen los valores antiguos. Aun así, sigue siendo cierto que los valores más bajos indican poca sensibilidad a la luz y se usan en ambientes con mucha iluminación, mientras que los valores más altos indican mucha sensibilidad y se usan en ambientes con poca luz. Los valores intermedios deben ajustarse según la escena que se desea fotografiar, así como el valor de obturación y apertura de diafragma.

La sensibilidad se mide en una escala que va de menor a mayor; siendo la menor la menos sensible a la luz y la mayor, la que más luz procesa. La tabla 5 presenta una aclaración:

Tabla 4
El ISO en la fotografía

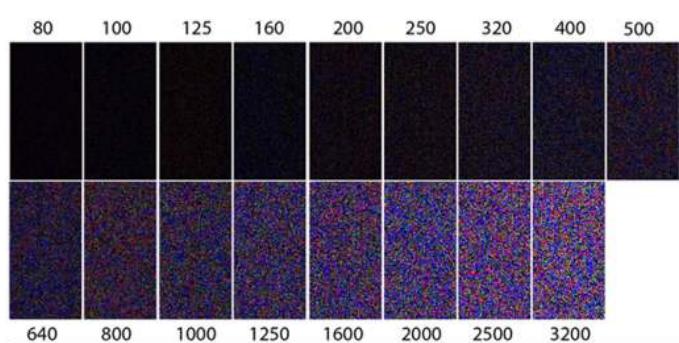
ISO	100	200	400	800	1600	3200	6400
Menos luz							Más Luz
Menos sensibilidad							Más sensibilidad
Menos ruido							Más ruido

Nota. Barrazaeta, P., 2023.

Aunque el aumento de los valores ISO permite capturar más luz, también tiene sus consecuencias en la calidad de la imagen, produciendo un efecto de ruido o grano con puntos de colores rojo y verde. Es importante tener en cuenta que los sensores de mayor tamaño pueden soportar mejor los valores de ISO elevados, mientras que los sensores más pequeños tienden a generar más ruido en la imagen. Para ilustrar este punto, podemos observar un ejemplo con diferentes valores de ISO, donde se puede notar cómo el nivel de grano aumenta a medida que se incrementa la sensibilidad; como se muestra en la figura 45:

Figura 45

El ISO afecta a la imagen a medida que aumenta



Nota. Adaptado de Como evitar el ruido digital [Fotografía] fotografía para principiantes, 2017 ([fotografía para principiantes](#))

Las tecnologías más recientes han resuelto con solvencia los efectos negativos del ISO; no obstante, es recomendable no utilizar valores demasiado altos. Puede ser que en la pantalla del equipo no veamos las consecuencias negativas; más cuando pasamos a un monitor más grande y con mayor resolución se observan los puntos, en especial en las zonas oscuras.

5.2. Velocidad de obturación

La velocidad de obturación es uno de los elementos clave para controlar la exposición de las fotos, ya que determina el tiempo que el sensor se expone a la luz que entra a través del diafragma. También se le conoce como tiempo de exposición y permite una gran libertad creativa al variarlo.

La velocidad de obturación se mide en fracciones de segundo, y puede ir desde 1/2000 hasta 10 segundos, aunque esto depende del equipo utilizado.

Algunos modelos de cámaras pueden alcanzar velocidades de obturación de hasta 1/8000 o incluso 30 segundos. Es importante tener en cuenta que a medida que aumenta la velocidad de obturación, menos cantidad de luz llega al sensor. En la tabla 5 se puede observar cómo influye la velocidad de obturación en la cantidad de luz que llega al sensor:

Tabla 5*Listado de las posibles velocidades de obturación*

Más Luz	30"	Treinta segundos
	15"	Quince segundos
	8"	Ochos segundos
	4"	Cuatro segundos
	2"	Dos segundos
	1"	Un segundo
	1/2"	Medio segundo
	1/4"	Un cuarto de segundo
	1/8"	Un octavo de segundo
	1/15"	Un quinceavo de segundo
	1/30"	Un treintavo de segundo
	1/60"	Un sesentavo de segundo
	1/125"	Un cientoventicicoavo de segundo
	1/250"	Un doscientoscuentavo de segundo
	1/500"	Un quinientosavo de segundo
Menos Luz	1/1000"	Un milésimo de segundo

Nota. Barrazaeta, P., 2023.

[Harold Edgerton](#) (EE. UU. 1903 – 1990) es uno de los fotógrafos que ha experimentado con fotografía de alta velocidad para congelar el movimiento. Sugerimos que busque algunos de los resultados que logró.

En la figura 46 presentamos una foto lograda en un tercio de segundo. Es evidente que el agua que cae por la cascada muestra el [efecto seda](#).

Figura 46

Cascada con efecto seda



Nota. Barraza, P., 2023

5.3. Apertura del diafragma

El diafragma controla la apertura del objetivo y permite regular la cantidad de luz que entra a la cámara. Al ajustar el diafragma, se puede controlar la profundidad de campo de la imagen, es decir, la zona enfocada y la zona borrosa. Un diafragma abierto (número f bajo) permite que entre más luz y crea una profundidad de campo más reducida, mientras que un diafragma cerrado (número f alto) reduce la cantidad de luz y aumenta la profundidad de campo.

Contar con un lente que permita captar mucha luz puede ayudarnos mucho en condiciones de poca luz. Aun contando con este tipo de lentes, hay que conocer los límites en cuanto a nitidez de la imagen. Podemos decir que todos los objetivos tienen limitaciones que se deben explorar, para ampliar este tema, le invito a leer [Qué es el punto dulce de un objetivo](#) y cómo encontrarlo.



5.4. Compensar la luz

Una vez que hemos comprendido los conceptos de ISO, velocidad de obturación y apertura del diafragma, es importante conocer cómo compensar la exposición de la luz en nuestras fotografías. Pero antes de profundizar en este tema, recordemos los valores estándar de estos parámetros en cualquier cámara fotográfica, los cuales se resumen a continuación:



Figura 47

El triángulo fotográfico convertido en un listado de referencia

Más tiempo	
Más Luz	
La cámara registra el movimiento	
	30"
	15"
	8"
	4"
	2"
	1"
	1/2"
	1/4"
	1/8"
	1/15"
	1/30"
	1/60"
	1/125"
	1/250"
	1/500"
	1/1000"
La cámara congela el movimiento	
Menos Luz	
Menos tiempo	

Más luminoso	
Más Luz	
Menos profundidad de campo	
	1
	1.4
	2
	2.8
	4
	5.6
	8
	11
	16
	22
	32
	44
	64
Más profundidad de campo	
Menos Luz	
Menos luminoso	

Más Sensibilidad	
Más Luz	
Más Ruido	
	6400
	3200
	1600
	800
	400
	200
	100
Menos Ruido	
Menos Luz	
Menos Sensibilidad	

Nota. Barrazaeta, P., 2023

La cámara nos proporciona toda esta información antes de tomar la fotografía para ayudarnos a lograr la exposición correcta. La siguiente imagen muestra cómo saber si una foto estará sobreexpuesta, correctamente expuesta o subexpuesta:

Figura 48

Exposímetro de una cámara



Nota. Barrazueta, P. 2023

Supongamos que deseamos reducir la profundidad de campo de una determinada escena que queremos fotografiar. Si ya hemos configurado el ISO, el exposímetro de la cámara nos indicará la velocidad de obturación y apertura de diafragma que se debe utilizar. Como ejemplo, diremos que la velocidad de obturación es 1/125 y el diafragma es f 5,6, podemos abrir el diafragma hasta f 2 para reducir la profundidad de campo. Pero esta acción incrementará la cantidad de luz, lo que significa que debemos compensar con un menor tiempo de obturación.

¿Cómo podemos saber cuál será el tiempo de exposición correcto? Para ello, podemos referirnos a la tabla 5. Si pasamos de la apertura f 5,6 a f 2, hemos dado tres pasos; por lo tanto, debemos dar la misma cantidad de pasos en la velocidad de obturación, pero esta vez hacia donde hay menos luz para compensar. Así, desde la velocidad 1/125 debemos pasar a la velocidad de 1/1000, lo que equivale a una milésima de segundo.

5.5. Funciones de la cámara

La mayoría de las cámaras fotográficas disponen de varios programas de funcionamiento que abarcan desde los totalmente automáticos hasta los totalmente manuales, cada uno con características y utilidades diferentes.

Aunque los programas pueden variar entre fabricantes e incluso entre modelos de gama media y alta de un mismo fabricante, es importante conocer los principales. La figura 49 nos da una referencia.

Figura 49

Funciones de una cámara



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Automático (A). - Este modo te permite tener un control total sobre los parámetros de la cámara. El objetivo es obtener los valores adecuados de velocidad de obturación y sensibilidad para la escena que se va a fotografiar. Aunque este modo generalmente ofrece buenos resultados, no siempre son los que deseamos. Cuando seleccionamos este modo, la cámara calcula automáticamente los valores de la toma sin que tengamos que ajustar minuciosamente los controles, lo que nos permite disponer de más tiempo para la composición adecuada de la imagen.

Programas PIC. - Los programas automáticos son modos predefinidos que utilizan gráficos, como retratos, macro, deportes, paisajes, nocturnos, entre otros. Estos modos son muy fáciles de usar, ya que están completamente controlados por la cámara. Lo que hacen es ajustar automáticamente la sensibilidad, la velocidad de obturación y el diafragma según las variables

preestablecidas. Aunque no es muy común trabajar con estos modos, en ocasiones pueden ser útiles para ahorrar tiempo y obtener resultados eficientes. Alguna de las funciones que se incluyen por defecto en los dispositivos se muestran en la figura 50:

Figura 50

Modos de escena de una cámara



Nota. Barrazaeta, P., 2023

Programa automático variable (P). - Este modo se llama modo de prioridad de apertura, también conocido como modo A o Av. En este modo, el fotógrafo selecciona la apertura que desea usar y la cámara ajusta automáticamente la velocidad de obturación adecuada para lograr una exposición correcta. Este modo es útil cuando se quiere controlar la profundidad de campo de una imagen, es decir, la cantidad de la imagen que estará en foco. Por ejemplo, al seleccionar una apertura grande (número f bajo), se logrará un efecto de desenfoque del fondo mientras se mantiene el sujeto enfocado en primer plano.

Prioridad al diafragma (AV); o (A). - Este modo se conoce como prioridad de apertura. Al seleccionar este modo, el fotógrafo puede elegir la apertura que desea utilizar y la cámara ajustará automáticamente la velocidad de obturación para obtener una exposición adecuada. Además, dependiendo del modelo de la cámara, también se pueden ajustar otros parámetros como el balance de blancos y la sensibilidad.

Prioridad a la velocidad (TV); o (S). - como la sensibilidad y el balance de blancos, dependiendo del modelo de la cámara. Es importante tener en cuenta que el ajuste de la velocidad de obturación puede afectar la nitidez de la imagen, especialmente si se trabaja con velocidades muy bajas o muy altas. Por lo tanto, es fundamental tener un buen pulso y/o un trípode para evitar imágenes borrosas en este modo.

Modo manual (M). - Este modo se conoce como modo manual y es el que ofrece el mayor control sobre los parámetros de la cámara. En este modo, podemos ajustar el ISO, el diafragma y la velocidad de obturación de manera independiente y personalizada, según nuestras necesidades y preferencias. Al ser un modo en el que el fotógrafo tiene un control absoluto, puede producir resultados excepcionales y satisfactorios. Sin embargo, también requiere de un mayor conocimiento técnico y experiencia por parte del fotógrafo.

Es cierto que trabajar en modo manual nos da un mayor control sobre la imagen final y nos permite ajustar los parámetros según nuestras necesidades y visión creativa. Sin embargo, no siempre es posible trabajar en modo manual, especialmente en situaciones imprevisibles o con poco tiempo para ajustar los parámetros.

Trabajar en modo automático no necesariamente significa ser un fotógrafo novato o poco experimentado. De hecho, muchos profesionales utilizan los modos automáticos en ciertas situaciones donde el tiempo y la rapidez son esenciales.

Lo importante es conocer bien nuestra cámara y sus diferentes modos y funciones, y utilizarlos de manera adecuada según las necesidades de cada situación fotográfica. Tanto los modos manuales como los automáticos tienen sus ventajas y limitaciones, y la elección del modo a utilizar dependerá de cada situación y del estilo y enfoque creativo de cada fotógrafo.

En situaciones en las que el sujeto se mueve muy rápido o en lugares con cambios constantes de luz, trabajar en modo manual puede resultar complicado y requerir un ajuste constante de los parámetros para obtener la



imagen deseada. En estas situaciones, trabajar en modo automático puede ser la mejor opción para asegurar una toma exitosa y evitar perder el momento o la acción que queremos capturar.

Además, trabajar en modo automático no significa que la cámara tome todas las decisiones, sino que aún podemos controlar ciertos parámetros como la sensibilidad ISO, el balance de blancos y la exposición en compensación. En algunos casos, incluso podemos usar modos semiautomáticos como el modo de prioridad de apertura o el modo de prioridad de velocidad de obturación para tener un mayor control sobre la imagen final.

Trabajar en modo automático no es necesariamente un signo de falta de experiencia o de pereza, sino una herramienta útil que puede ser aprovechada en ciertas situaciones para garantizar una toma exitosa. Sin embargo, es importante conocer los diferentes modos y ajustes disponibles en nuestra cámara para poder elegir el más adecuado para cada situación.

Además, muchas cámaras permiten fotografiar en modo automático, incluyendo el formato RAW, lo cual permite reajustar algunos parámetros en la edición.

Es importante tener en cuenta que el uso de los modos automáticos no debe ser visto como una limitación o falta de habilidad, sino como una herramienta útil para situaciones en las que el tiempo y las circunstancias no permiten una configuración manual detallada. Además, cada fotógrafo tiene su estilo y preferencias, y puede optar por utilizar los modos que le resulten más cómodos o que mejor se adapten a su forma de trabajar. La práctica nos permite adquirir destreza con la cámara. Ya lo dijo **Henry Cartier Bresson**: “*Tus primeras diez mil fotos serán las peores*”. [\[16\]](#)

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

[\[16\]](#) No hay un estudio detallado del origen de esta popular frase; pero deja muy en claro que tenemos un largo camino por recorrer en el mundo de la fotografía.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Practique con su equipo fotográfico un ensayo de fotos con cada una de las funciones que posea. Si usa un teléfono celular, descargue cualquier aplicación que le permita manipular los controles de la cámara.
2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática. Le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 5

1. ¿Qué compone el triángulo fotográfico?
 - a. Apertura del diafragma, sensibilidad ISO y velocidad de obturación.
 - b. Enfoque, balance de blancos y exposición.
 - c. Contraste, saturación y brillo.
2. ¿Qué determina la sensibilidad ISO?
 - a. La cantidad de luz que llega al sensor.
 - b. La profundidad de campo de la imagen.
 - c. La capacidad del sensor para transformar la luz en información digital.
3. ¿Qué efecto produce el aumento de los valores ISO?
 - a. Mayor nitidez en la imagen.
 - b. Mayor sensibilidad a la luz.
 - c. Aparición de ruido o grano en la imagen.
4. ¿Cómo se mide la velocidad de obturación?
 - a. En fracciones de segundo.
 - b. En milímetros.



c. En grados Celsius.



5. ¿Qué ocurre cuando se incrementa la velocidad de obturación?

- a. Menos cantidad de luz llega al sensor.
- b. Mayor cantidad de luz llega al sensor.
- c. No afecta la cantidad de luz que llega al sensor.



6. ¿Qué controla el diafragma de la cámara?



- a. La apertura del objetivo y la cantidad de luz que entra.
- b. El enfoque y la profundidad de campo.
- c. La velocidad de obturación y la sensibilidad ISO.



7. ¿Qué modo de la cámara ofrece un control total sobre los parámetros?



- a. Automático (A).
- b. Programa automático variable (P).
- c. Modo manual (M).

8. ¿En qué modo se puede controlar la profundidad de campo?

- a. Programas PIC.
- b. Prioridad al diafragma (AV) o (A).
- c. Prioridad a la velocidad (TV) o (S).

9. ¿Cuál es el efecto de abrir el diafragma (número f bajo)?

- a. Aumenta la cantidad de luz y reduce la profundidad de campo.
- b. Reduce la cantidad de luz y aumenta la profundidad de campo.
- c. No afecta la cantidad de luz ni la profundidad de campo.

10. ¿Qué se debe tener en cuenta al ajustar la velocidad de obturación?

- a. La nitidez de la imagen.
- b. El balance de blancos.
- c. La sensibilidad ISO.

[Ir al solucionario](#)





Resultado de aprendizaje 2:

Analiza la imagen informativa de la imagen en un medio.

Para un comunicador es indispensable estudiar bien a los medios de comunicación, para analizar la imagen informativa de un medio de comunicación vamos ahora a estudiar cómo se compone el mensaje fotográfico.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 6

Unidad 6. El mensaje fotográfico

Estudiaremos ahora que la fotografía no consiste en simple imagen; sino que debemos analizarla para comprender mejor su significado.

Nos gustaría iniciar este apartado con una frase de Roland Barthes (2011, pág. 27):

“Al ser humano le gustan los signos, y le gustan los signos claros”.

Pensemos en la fotografía como un signo que lleva un mensaje. El emisor es el conjunto compuesto por el fotógrafo, editor, medio de comunicación. El mensaje es la propia fotografía, compuesta por varios elementos que se relacionan entre sí. El receptor se constituye por los lectores de los medios de comunicación.

Cuando pensamos en la fotografía de prensa, sabemos que el fin último de la imagen no es la mera estética, sino la comunicación de un mensaje o información para los lectores.

En este apartado vamos a estudiar algunas de las reflexiones del semiólogo francés Roland Barthes (2011), en torno a la fotografía de los medios de comunicación.

Una de las primeras reflexiones que debemos tomar en cuenta es que el fotoperiodismo está representado principalmente por la imagen y conforma una estructura que puede ser analizada de manera individual. En los medios, la imagen se relaciona siempre con la palabra escrita.

Cada una de estas dos mitades [17] es independiente; pero necesita el complemento de la contraparte. Adicionalmente, ambas poseen sus propios sistemas de decodificación: para el texto, el análisis de las palabras de las estructuras gramaticales que los lectores de una lengua las conocen de manera general. La otra estructura es la imagen a la que estamos tan acostumbrados que muy pocas veces estudiamos sus significados.

Podemos analizar separadamente a cada una de las dos partes que hemos mencionado: por un lado, el texto; y, por otro, la fotografía. La principal interrogante es: ¿qué criterios de estudio hemos de aplicar a la imagen?

El examen de la fotografía debe iniciar por colocarla en un contexto preciso. Para ello, hemos de responder: ¿qué dice la foto?, ¿quién la hizo y a quién muestra?, ¿cómo se hizo la foto?, ¿cuándo se la hizo?, ¿dónde se tomó esa fotografía? Las respuestas deben conjugarse al unísono para comprender el mensaje completo.

Huyendo de los aspectos técnicos, la importancia recae en la capacidad narrativa. Resulta imposible que el fotógrafo cuente toda la historia, pero se acerca a la realidad tanto como le es posible. Tomamos como punto de partida el criterio que nos indica que la fotografía reproduce una parcela de la realidad con la precisión de una máquina. Aun así, sabiendo que todas las imágenes pueden poseer diversas lecturas, dependerá de la habilidad del fotógrafo para entregar información visual sin cometer errores. También dependerá de la habilidad del receptor para interpretar correctamente esa



información. Hemos visto antes que de forma general los espectadores entienden una imagen aun cuando no tienen un contexto que les dé información.

Ahora, le animo a revisar y analizar la investigación “[En la frontera: fotografía entre la expresión y las emociones](#)”.

La fotografía en los medios de comunicación prioriza la información; por lo que el sentido estético puede pasar a segundo plano. No se trata de premiar a la foto más bonita; sino de alcanzar imágenes con suficientes contenidos para que el público acceda a la información noticiosa.

Por otro lado, a decir de Barthes (2021, pág. 16), “la fotografía no solamente se percibe; sino que se lee”. Por tanto, queda clara la posibilidad de que el mensaje en sí mismo esté connotado antes de ser emitido; es decir, que la fotografía es el resultado de alguna intención de quien la ha tomado. Implica lo que podemos inferir en una foto desde mucho antes de que se dispare la cámara y al mismo tiempo se está replicando la realidad vista.

Esto constituye lo que se denomina paradoja fotográfica: la fotografía está dominada por la realidad, cuyos códigos son imposibles de determinar; porque son efímeros y complejos y al mismo tiempo sometida al arte, cuyos códigos estéticos son más o menos formales. Ambos se conjugan para alumbrar la retórica de la imagen fotográfica. No olvidemos que la retórica es discursiva, por tanto, la foto de prensa es un discurso que lleva como propósito un mensaje a unos destinatarios.

En tanto, la foto de prensa es un mensaje, es posible que no tenga demasiada fuerza; es decir, que no incluya elementos dramáticos; pero nunca carecerá de sentido. La única posibilidad de carencia total de sentido de la fotografía será la inexistencia, que está relacionada con el vacío.

Para que el mensaje gane fuerza, puede alimentarse mediante la presencia de varias fotos. Una secuencia es mejor a la hora de contar una historia. Mucho más en los medios digitales y en las redes sociales en las que se puede colocar más de una foto; tradición arraigada a los medios impresos.

Al analizar la relación que hay entre un texto y una imagen en los medios de comunicación, Barthes (2021, pág. 25) afirma:

La mayoría de las veces el texto no hace, sino amplificar, un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía; pero, también a menudo, el texto produce (inventa) un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella.

El acto de hacer una copia fotográfica se considera generalmente como una mera representación directa de la realidad. Sin embargo, descubrir la implicación emocional o cultural de dicha representación implica examinar minuciosamente todos los aspectos históricos que forman parte de la fotografía, incluyendo cada elemento de la imagen que pueda extraer su propio significado a través de la experiencia cultural del espectador o del conocimiento que posee. Este análisis permitirá aislar los elementos connotativos y entender el mensaje que la fotografía transmite en su conjunto.

A diferencia de la fotografía artística, los procesos connotativos en la fotografía periodística son menos flexibles. Entre otras razones, porque pasan por un proceso de selección en el que participan varias personas; y porque los consumidores de esas imágenes están buscando información relevante sobre un tema específico. Por tanto, podemos afirmar que la fotografía de prensa tiene una mayor carga denotativa.

Al menos podemos afirmar que la naturaleza de la imagen fotográfica es imitar a su referente; por lo que el mensaje cumple la función de registrar. Esto hace que el mensaje esté ligado al referente de manera más fiel que los mensajes escritos o verbales; pero aún distante de la imagen en movimiento, como el video y el cine.

6.1. Fotografía y noticias

Se pueden enumerar varias funciones del fotoperiodismo en la actualidad. Por ejemplo, la emitida por Marco Antonio Cruz (citado en Castellanos (2010a), que indica la función social del periodismo como “crear opinión, y provocar emociones. El fotoperiodismo es una herramienta que refleja la situación y condición humana”.

La fotografía ha sido un medio fundamental en la historia de los medios de comunicación escritos. Desde sus inicios, la captura de imágenes ha sido una herramienta esencial para la prensa, permitiendo que cualquier evento noticioso sea registrado y mostrado al público. Con el advenimiento de la tecnología digital y las redes sociales, cualquier persona con un dispositivo móvil puede convertirse en un fotógrafo y capturar hechos imprevistos que se convierten en noticias. Esto ha dado lugar a lo que se conoce como periodismo ciudadano.

Hoy en día, las imágenes son tan importantes en los medios impresos que es difícil concebir una noticia sin una fotografía que la acompañe. Como señaló Sontag (2015, pág. 49), “Fotografiar es conferir importancia”, por lo que las noticias más destacadas suelen ir acompañadas de imágenes. En este sentido, la fotografía cumple una función fundamental en el periodismo y se ha convertido en una herramienta indispensable para transmitir información al público.

La fotografía tiene un valor que puede variar dependiendo del enfoque editorial y político de los medios de comunicación que la utilicen. Algunos medios han utilizado la fotografía para demostrar sus tendencias y, como señala Kiku Adatto en su libro *Imagen perfecta* (2010), la buena imagen es importante tanto para los candidatos como para los políticos electos y en funciones. Esto también se aplica a los ciudadanos comunes que aparecen en fotografías o las toman por afición o profesión.

La revista Paris Match destaca la importancia de la credibilidad fotográfica y textual en su famosa frase de ventas, el peso de las palabras, la conmoción de las fotos. Los personajes públicos pueden permanecer en silencio, pero no pueden escapar del alcance de la cámara fotográfica. Como señala Sontag (2010, pág.104), “Las narraciones pueden hacernos comprender. Las fotografías hacen algo más: nos obsesionan. La tradición de ver para creer es la razón principal por la que las fotografías se convierten en evidencia de los hechos. Los medios de comunicación utilizan esta idea para demostrar eventos y establecer su propia credibilidad. “La noción de que la fotografía era algo inseparable de las noticias caló hondo en el inconsciente de Occidente” Lacayo (1990), citado en Sousa (2011).

Los fotoperiodistas tienen un papel fundamental como mediadores culturales (Kossoy, 2001), seleccionando parámetros técnicos específicos, encuadres determinados y detalles que, debido a sus experiencias previas y formación profesional y personal, indican la prioridad y la forma de mostrar un evento en particular.

De igual manera, los editores gráficos seleccionan la imagen más adecuada para la noticia a partir de la muestra presentada por el fotógrafo, tomando en cuenta su formación profesional, las políticas del medio y, sobre todo, los criterios de noticiabilidad y relevancia. El mayor desafío para los fotógrafos es dar a conocer nuevos acontecimientos a los consumidores de información, y esto se logra a través de imágenes atractivas y bien elegidas que destaque la importancia del evento. En palabras de Ledo (1988, pág. 98) “La actualidad es un criterio de valor para la noticia menos importante que el secreto desvelado [18].

La fotografía publicada es, por tanto, el resultado de una recreación, como sentencia Fontcuberta (2015, pág. 15): “Una creación no ficcional”. Vale recordar a Sontag (2015, pág. 184) “La fotografía es [...] en manos talentosas, un medio de creación infalible”.

Es importante distinguir la función y el contexto de las fotografías utilizadas en el fotoperiodismo y en el arte. Si bien ambas pueden tener valor estético, el objetivo principal del fotoperiodismo es informar sobre eventos noticiosos y ofrecer una perspectiva visual de la realidad. En cambio, el arte fotográfico busca expresar emociones, transmitir ideas y crear una experiencia estética para el espectador.

Algunas obras fotoperiodísticas pueden ser consideradas como arte por su calidad visual y técnica, pero su valor no debe ser medido únicamente por esos aspectos. La función principal de la fotografía en el fotoperiodismo es documentar y contextualizar los eventos noticiosos, no solo crear una imagen bella o impactante. Por lo tanto, es importante reconocer y respetar el contexto y la función de cada tipo de fotografía.

La fotografía y el texto en un medio de comunicación deben ser considerados como elementos complementarios y no independientes entre sí, sin importar el grado de importancia que se le dé a la fotografía. El pie de foto que acompaña a cada imagen también debe ser visto como una parte inseparable de la comunicación, ya que ambos elementos trabajan en conjunto para transmitir un mensaje completo. A este respecto, Barthes (2009), explica la relación entre imagen y texto, describiendo la foto como una estructura autónoma en interacción con otra estructura que es el texto.

La obra de Emilio Morenatti es un claro ejemplo de cómo la fotografía y el texto pueden trabajar juntos para crear un mensaje retórico poderoso e impactante. En su trabajo sobre la violencia de género en Pakistán, Morenatti utiliza imágenes bellas, pero crudas para mostrar la realidad de las mujeres que han sido atacadas con ácido por hombres cercanos a ellas. Estas imágenes son complementadas con un texto informativo que proporciona contexto y detalle adicional, creando un mensaje que es más que la suma de sus partes. La relación entre la imagen y el texto es simbiótica y se refuerza mutuamente para dar al espectador una comprensión más profunda y completa de la realidad representada.

6.2. Fotografía y propaganda

Es más probable que los sentimientos se cristalicen ante una fotografía que ante un lema. Susan Sontag (2010, pág. 99).

La difusión de fotografías implica una forma particular de interpretación y expresión por parte de los medios de comunicación, los editores y los fotógrafos. En muchos casos, estas imágenes adquieren connotaciones propagandísticas. Una vez más, será el criterio del editor el que determine el nivel de compromiso del medio en cuestión.

Las fotografías políticas y sociales son las que más suelen ser utilizadas con fines propagandísticos. Los procesos de creación y publicación de este tipo de imágenes revelan claramente la intención del medio de comunicación. Especialmente en las fotografías de interés social, el fotógrafo expresa su sensibilidad y su forma de pensar sobre el tema en el que está trabajando.

Sin embargo, no siempre las fotografías resultan como el fotógrafo desea. Las técnicas de retoque fotográfico presentadas por Franz Hanfstaengl durante la Exposición Universal de París de 1855 [19] fueron muy bien recibidas tanto por los fotógrafos como por el público en general. Estas técnicas dieron origen a los montajes con fines estéticos, y posteriormente políticos y propagandísticos, utilizados por figuras históricas como Stalin, Mussolini, Franco, Hitler y otros.

Sousa (2011, pág. 279-281), afirma que la formación y evolución del fotoperiodismo se debe a las fuerzas que lo explican:

- Acción personal que ejercen los fotógrafos en el momento de la toma, editores en la selección y empresarios.
- Acción social como producto de las relaciones internas y externas de los medios de comunicación.
- Acción ideológica en el entendimiento de la realidad por parte de los fotógrafos.
- Acción cultural considerando al fotoperiodismo como producto cultural dispuesto al servicio de los consumidores de información.

- Acción tecnológica usada por los fotógrafos que al momento de la toma se ven obligados a utilizar ciertos recursos que influyen en el resultado final de la imagen.

El fotoperiodismo ha experimentado una evolución desde simples fotografías aisladas hacia la creación de composiciones más elaboradas en forma de fotoensayos. Esta práctica ha permitido el desarrollo de la fotografía social y colectiva, la cual ha beneficiado a las clases obreras y a aquellos menos privilegiados. Además, las emociones positivas y negativas que suscita la fotografía tienen el poder de crear ilusiones y moldear las expectativas del público.

La fotografía es considerada una herramienta de la verdad, ya que reafirma la precisión de un mensaje. Un ejemplo se produjo durante la carrera espacial, y aunque este caso sea antiguo, aún sigue siendo relevante: la inclusión de la bandera estadounidense en todas las imágenes de las operaciones espaciales funcionaba como un certificado de autenticidad.

La fotografía, con su capacidad para capturar momentos y transmitir emociones, ha desempeñado un papel crucial en la comunicación visual a lo largo de la historia. Su influencia en la sociedad y en la forma en que percibimos que el mundo que nos rodea es innegable. Pero sobre todo perseguía una clarísima finalidad propagandística (Alonso y Mantilla, 1980, pág. 41).

No está claro si la NASA siguió el ejemplo de la revista URSS im Bild en cuanto a registrar los avances y logros de la industria, agricultura y construcción soviéticas con la intención de convencer a los ciudadanos de la efectividad del sistema. Sin embargo, es cierto que diversas publicaciones y medios de comunicación han utilizado la fotografía como una herramienta persuasiva para transmitir mensajes y promover determinadas agendas políticas o ideológicas.

En el caso específico de *URSS im Bild*, esta revista buscaba mostrar los logros y el progreso de la Unión Soviética en diferentes ámbitos, destacando los aspectos positivos y resaltando la imagen favorable del sistema. Esta

estrategia de utilizar la fotografía como propaganda no es exclusiva de un país o una época, ya que ha sido empleada por diferentes gobiernos y regímenes a lo largo de la historia.

La fotografía, al ser un medio visual poderoso, tiene la capacidad de influir en la opinión pública y moldear la percepción de la realidad. En manos de los medios de comunicación y los gobiernos, puede ser utilizada para transmitir un mensaje particular y manipular la forma en que se percibe un determinado tema o situación. Por lo tanto, es importante ser crítico y analítico al interpretar las imágenes y considerar el contexto en el que fueron creadas. “Los fotógrafos soviéticos se preocupaban principalmente de representar, de formar simultáneamente realista y grandiosa, las realizaciones relevantes del nuevo modelo de sociedad que la URSS se proponía crear” (Sousa, 2011, pág. 110-111).

La fotografía soviética experimentó una evolución en el período entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, donde el montaje y la manipulación con fines de propaganda se hicieron evidentes. Stalin, en particular, ordenó la eliminación de personajes previamente retratados en las fotografías para demostrar su independencia ideológica y liderazgo. En 1927, la revista *Sovietskoe Foto* se sumó a los esfuerzos manipuladores del régimen.

Durante los conflictos bélicos, la fotografía se convirtió en una herramienta de persuasión tanto para ciudadanos como para soldados. Sin embargo, los casos de guerra también enfrentaron duras críticas y censura por parte de los editores y propietarios de medios de comunicación, quienes impedían la exposición de los puntos de vista de los autores. A su vez, el desarrollo de las guerras permitió nuevos usos de la fotografía. En una exposición del Des Moines Register and Tribune durante la Primera Guerra Mundial, se presentaron fotografías tomadas por los aliados que mostraban a soldados alemanes torturando a niños cautivos, mientras que las fotografías tomadas por el ejército alemán mostraban un trato humano y justo a los rehenes adultos y niños.

La guerra de Vietnam marcó un nuevo rumbo en la fotografía, al exponer la violencia en color, con una censura limitada y capturando las consecuencias de la guerra en ambos bandos. Estas imágenes se publicaron en las portadas de periódicos y revistas de todo el mundo, influyendo en la opinión pública. Con el avance de la tecnología digital, las fotografías se difundieron sin filtros en términos de violencia y estuvieron disponibles para cualquier usuario. Algunos medios de comunicación comenzaron a añadir advertencias previas en sus páginas para las fotografías más impactantes.

Figura 51

Foto de la guerra de Vietnam



Nota. Adaptado de *Soldados de EEUU que combatieron en Vietnam, e incluso sus hijos, aún sufren los estragos de haber sido expuestos al Agente naranja*. The Atalnatic, s/f, ([The Atalnatic](#))

La cobertura de las guerras propuso un debate entre los fotoperiodistas: para informar, ¿debe mostrarse o sugerirse? No se ha logrado un consenso. Otra gran duda de los fotoperiodistas es si la foto de guerra se clasifica desde la expresividad creativa o desde la carga simbólica.

Leido (1993), citada en (Sousa, (2011), expone que “la guerra del Golfo vino a demostrar, una vez más, la urgencia de discutir el derecho a ver”. Con el inicio de la guerra de Estados Unidos contra Afganistán, la cuestión de la censura volvió a ser un tema relevante. El ejército estadounidense emitió advertencias

a los fotógrafos para que no publicaran imágenes de combatientes heridos o muertos, argumentando que esto se hacía en respeto a las familias de los caídos.

Con el paso de los años, aquellos que manipulan las imágenes han sabido aprovechar el potencial publicitario y propagandístico de la fotografía y sus poderosos elementos visuales (Sanz, 1996). Valores como el patriotismo, el triunfo, el liderazgo y muchos otros sentimientos se han transmitido a través del uso estratégico de estas ilustraciones. Estos conceptos se consolidan con la afirmación de Hispano, (2007, pág. 60) cuando sostiene:

Desde la Gran Guerra, no obstante, se ha insistido periodística y políticamente en otra creencia: que la publicación de imágenes crudas y violentas serviría para conmocionar al lector y despertar en él un odio hacia el enemigo o un rechazo al conflicto bélico.

Las fotografías pueden convencer al público. Todos los periódicos presentan a los líderes políticos, económicos, sociales e incluso religiosos, mostrándolos como referentes ejemplares, o como canallas. Sin duda alguna, la fotografía muestra una ideología definida. "Esa carga ideológica que transmiten los medios de comunicación, a través de la fotografía, opera en el segundo nivel de significación, que es la connotación, e impone moldes que aparentemente son normales, incuestionables e irrefutables" (Galán, s/f, pág. 67).

La fotografía desempeña una función tanto como evidencia como símbolo. Su capacidad para transmitir mensajes, como en el caso icónico de la foto de Ernesto Guevara de la Serna capturada por Alberto Díaz Gutiérrez (Korda) en 1960, posee un poder especial de identificación. Puede alcanzar un grado innegable de iconicidad para el público, como se presenta en la figura 52:

Figura 52

Foto de Ernesto Guevara



Nota. Adaptado de Che Guevara. [Fotografía] Alberto Díaz, en Enciclopedia Humanidades, 1960, ([Enciclopedia Humanidades](#))

Las fotografías evocan recuerdos de eventos y ahí radica su valor documental. Sin embargo, el problema surge cuando se hace un mal uso de estas imágenes, convirtiéndolas en ídolos. En esta categoría se encuentran políticos que han utilizado su imagen en los medios de comunicación para convertirse en mártires ante sus opositores o en héroes nacionales.

Antes de llegar a la profundidad icónica-simbólica, es necesario realizar un estudio tanto denotativo como connotativo de la imagen. Estos aspectos deben considerarse de manera independiente. Por un lado, se analiza lo que se muestra objetivamente, lo denotado; y, por otro lado, se interpreta el mensaje, es decir, lo sugerido. Ambos aspectos deben ser estudiados y preservados (Del Valle, 2002).

Es lamentable que en Ecuador no exista una cultura de lectura de la imagen ni una reflexión crítica sobre las noticias. Esto se evidencia en la continua publicación de imágenes por parte de los medios de comunicación que resultan crueles y ofensivas para ciertos sectores de la población, o, por el contrario, ingenuas y carentes de preparación.

Los estudios sobre la imagen resaltan el análisis de la iconicidad de las imágenes y la carga emocional de recuerdos que pueden generar. Cuanta menos relación tenga la imagen con el objeto representado, menor será la

capacidad de conexión que tenga el observador al interpretar la imagen. En casos en los que el fotógrafo busca transmitir elementos intangibles, como ideologías o sentimientos, es necesario recurrir a recursos iconológicos que ayuden a transmitir el mensaje.

Es posible analizar los mensajes de una imagen fotográfica desde sus componentes denotativos y connotativos. De esta manera, una imagen puede tener tantas interpretaciones como lectores. Sin embargo, la fotografía de prensa no está sola, sino que se acompaña de textos que incluyen el pie de foto, los titulares y el cuerpo de la noticia. Estos elementos eliminan las inferencias del lector que no sean las deseadas por el editor del medio. A pesar de todo, la estructura foto-texto es inseparable y existe una relación de mutua dependencia y apoyo, así como una simbiosis en la cual ambas partes se benefician. Las intenciones de una imagen se esclarecen y se complementan mediante el texto.

Kossoy, en su estudio sobre las diversas funciones de la imagen, destaca la posibilidad de la ficción documental, que presenta al menos dos particularidades bastante claras: (2001, pág. 94).

1. La proximidad que puede existir entre la fotografía documental y la de propaganda.
2. La ideología determina la estética de la representación: los mecanismos de producción y de recepción de la imagen son gobernados por este principio.

Un ejemplo que ilustra la propuesta de este autor es la icónica imagen *Migrant Mother* de Dorothea Lange. Esta fotografía se ha convertido en un símbolo de la pobreza y la lucha por la supervivencia, surgida a partir de la documentación de la depresión económica en Estados Unidos. Capturada durante una sequía que fue ampliamente retratada como una de las causas y motivos del programa documental de seguridad alimentaria.

6.3. Escritura y lectura de la fotografía de prensa

En los primeros tiempos de la fotografía, la mayoría de los fotógrafos se centraban más en su trabajo en el estudio y en conseguir suficiente trabajo para mantener sus negocios que en buscar resultados estéticamente sorprendentes. Sin embargo, esto no impedía que se realizaran exposiciones fotográficas en salones de fotografía, donde los propios fotógrafos seleccionaban, exhibían y juzgaban las imágenes según sus propios criterios.

Con el paso de los años, la actividad fotográfica y los avances tecnológicos se documentaban en catálogos y revistas de clubes fotográficos. Estos recursos se difundieron en casi todos los países, en mayor o menor medida, llegando a un amplio público. Las imágenes fotográficas presentadas en clubes de aficionados, galerías de museos y medios de comunicación llegaron a todos los rincones del mundo. Esto plantea la pregunta: ¿por qué las imágenes de los medios de comunicación gozan de credibilidad?

Fontcuberta (2015, pág. 157) se cuestiona: “¿No pierden en gran medida su valor informativo y se convierten en simples elementos ornamentales?”.

Quizás la respuesta se encuentre en la confianza que cada individuo tenga. Según la teoría de Marshall McLuhan de “el medio es el mensaje”, el historial de cada empresa periodística puede respaldar si la imagen es simplemente un instrumento de persuasión para aumentar las ventas de los periódicos o si tiene el propósito de brindar información gráfica al servicio de la sociedad y de los consumidores de medios.

Una fotografía publicada en un medio de comunicación puede ser analizada en al menos tres etapas claramente diferenciadas:

- **Una primera etapa** en la que el fotógrafo captura la imagen, ya sea por iniciativa propia o por solicitud de alguien.
- **Una segunda etapa** que involucra el procesamiento de la imagen resultante, que puede terminar archivada o ser publicada en las páginas del medio. El número de página, ubicación y tamaño que se le asignen son cuestiones a considerar.

- **La tercera etapa** implica analizar el camino que recorre la fotografía de prensa hasta llegar al consumidor de información.

Según varios investigadores, el desarrollo de la fotografía ha ido de la mano con los avances en el ámbito de la guerra. Sousa (2011, pág. 141) sostiene que la guerra ha convertido a los fotoperiodistas en un grupo experimentado y reconocido en la sociedad.

A lo largo de la historia, según describe Redondo (2013), la fotografía ha experimentado cambios significativos en la forma en que es percibida tanto por los individuos como por los medios de comunicación. Con la llegada de la radio y posteriormente la televisión, la prensa se enfrentó al desafío de competir con estos nuevos medios. Sin embargo, esta no fue la única preocupación para los medios. Con el avance de la tecnología de impresión y la incorporación del color, surgió el temor de que la credibilidad de los medios se viera afectada. En la actualidad, los principales desafíos para la imagen en los medios de comunicación son la manipulación digital de las imágenes y las aplicaciones diseñadas para dispositivos móviles.

6.4. Denotación de la fotografía de prensa

“Las fotografías extraen la esencia de las cosas, tienen el poder evocar, informar e inspirar. La fotografía es un medio democrático –global, barato y accesible”

(Nichols, 1997, pág. 42).

La fotografía ha sido aclamada como el espejo de la realidad o el espejo con memoria, debido a su capacidad de capturar y preservar imágenes de forma fiel. A lo largo del tiempo, se ha ganado la reputación de ser una evidencia indiscutible y un testimonio veraz de la realidad. Desde el momento en que la fotografía pudo representar de manera precisa lo que el ojo humano veía a simple vista, se convirtió en un instrumento infalible de verificación y evidencia. La fotografía ha desempeñado un papel crucial en la documentación de eventos históricos, la presentación de pruebas en



investigaciones legales y la comunicación visual en diversos campos. Su capacidad para capturar la realidad de manera objetiva ha llevado a que sea considerada como una forma confiable de representación visual. Como lo menciona Barthes (2009, pág. 26) “La copia fotográfica pasa por ser una denotación pura y simple de la realidad”.

Desde que surgieron los primeros dispositivos fotográficos, el objetivo principal fue copiar y capturar de manera precisa la naturaleza y lo que podía ser visto. La fotografía se originó con el propósito de superar la habilidad humana de reproducir imágenes de la naturaleza de manera exacta. Cuando las cámaras fotográficas lograron congelar el movimiento, se incrementó el poder de credibilidad que la fotografía ya había adquirido. La capacidad de reaccionar instantáneamente ante los acontecimientos le otorgó la confianza del público, ya que se creía popularmente que lo instantáneo era impredecible y, por lo tanto, verdadero. La fotografía se convirtió en un medio altamente confiable para documentar la realidad y transmitir información visual de forma precisa. Cabe recordar la reflexión que hace Sousa (2011, pág. 39) sobre este apartado: “La instantaneidad permite representaciones fotográficas más sinceras y espontáneas”.

En muchos aspectos, se puede afirmar que se logró el objetivo. El avance de las tecnologías fotográficas proporcionó a la humanidad una nueva forma de ver el mundo, no solo a través de las manos de los artistas que creaban imágenes, sino también mediante fotografías definidas como copias fieles de la naturaleza. La eficacia de una cámara para contar una historia resultó innegable, ya que aparentemente eliminaba la subjetividad del narrador frente a la imagen precisa. La fotografía se percibía como una representación inalterable de la realidad, sin lugar para la interpretación o la opinión. Incluso los retoques realizados en los retratos se consideraban positivos, ya que añadían colores y resaltaban detalles que la foto original podría haber pasado por alto. La fotografía fue ampliamente aceptada como una prueba y una réplica fiel de la realidad, sin cuestionamientos sobre su veracidad.

“La imagen (y por extensión la fotografía) pertenece al mismo tiempo al mundo de las cosas y al mundo de los símbolos [...] la imagen está en el lugar de otra cosa”. (Costa, 2008, pág. 66). La relación entre la imagen y el objeto o sujeto del que proviene es innegable. La percepción generalizada era que lo instantáneo era impredecible y, por lo tanto, verdadero. La introducción del concepto de la fotografía cándida, propuesto por Solomon, revolucionó la sociedad y generó una nueva forma de mirar el mundo. La credibilidad otorgada a la fotografía se basaba en su fidelidad original, y en la mayoría de los casos, se aceptaba una imagen sin cuestionamientos inmediatos, solo siendo objeto de debate en situaciones excepcionales y puntuales.

A pesar de que las fotografías son representaciones, en muchas formas son la forma más precisa de capturar y documentar la realidad. En este sentido, Coleman (citado en Ribalta 2004), menciona tres aspectos fundamentales que vinculan la realidad con la fotografía: la capacidad mecánica de la fotografía para capturar imágenes de la naturaleza, la codificación de la realidad y la verosimilitud de los resultados. Estos aspectos permiten establecer comparaciones con otras formas de representación, como la escultura, donde también se debate la relación entre la realidad y la imagen.



Dudar de la autenticidad de una fotografía requiere un alto grado de complejidad, experiencia y formación en cultura visual que supere la norma. Aunque las imágenes fotográficas no sean espontáneas, contienen elementos que las vinculan estrechamente con sus referentes, lo que les confiere un alto grado de fidelidad.

Es muy difícil argumentar que lo que se observa en una fotografía no corresponde a un elemento real reconocible y del cual se tenga certeza de su existencia, a menos que la imagen muestre elementos desconocidos para el receptor o haya sido editada de manera burda y exagerada, lo cual puede ser identificado por los espectadores, como se ha visto en las redes sociales.

Sin embargo, el valor argumentativo más significativo de la fotografía radica en su capacidad de mostrar objetos y sujetos de una manera única, inigualable por ninguna otra técnica conocida. Los fragmentos de realidad capturados a través de imágenes fotográficas superan la descripción verbal, los dibujos, las pinturas u otras formas de expresión. El video, aunque libera a la fotografía del tiempo estroboscópico que esta impone, se convierte en su competidor en términos de expresión visual.

Si consideramos el fotoperiodismo como resultado de la fotografía como "copia de lo real", sumado a la hipertextualidad generada por los textos acompañantes, como pies de foto y cuerpos de texto, la fotografía periodística debe ser considerada como un documento de referencia y credibilidad en el más alto grado, una tradición que ha perdurado desde su primera inserción en los medios de comunicación.

Inmersos en una cultura determinada, las posibilidades de que una fotografía periodística transmita un mensaje ambiguo son mínimas. La fotografía se convierte en un ícono y en un mensaje directo. Así ha sido hasta el momento actual, en el que la digitalización generalizada ha generado dudas en torno a estas teorías.

A esta cualidad de la fotografía se suma que en el fotoperiodismo, por su propia naturaleza, se acompaña siempre a las fotos de textos claros [20], concisos, explícitos que se ligan con el texto, creando un ambiente hipertextual entre ambos. (Esta relación texto-imagen hace que las noticias gocen de alta credibilidad y que los lectores no duden de lo expuesto por los medios).

Ver una fotografía en un medio de comunicación es un acto de lectura, no de interpretación. Tiene que ver con el signo conjunto presentado en el espacio destinado para ella. "La fotografía es un signo que, efectivamente, requiere para su consecución una relación de causalidad física con el objeto" (Fontcuberta, 2015, pág. 78), por tanto, su lectura no es permeable a criterios de opinión. Confirmando en el sentido de la vista como guía de actuación e interacción y como elemento primario de la memoria, se da por sentado que la

fotografía tiene una relación dependiente con su referente real, es decir, que la imagen es el resultado fiel de un sujeto u objeto que existe en la realidad y que se comporta de la manera determinada que se puede apreciar en la fotografía. En palabras de Nichols (1997, pág. 73):

Las fotografías extraen la esencia de las cosas, tienen el poder de evocar, informar e inspirar. La fotografía es un medio democrático – global, barato y accesible [...] la imagen se lee rápidamente y se sabe en el momento si gusta o no.

La credibilidad que se asigna a la fotografía, indica Adatto (2010), parte del hecho de que las imágenes son *portadoras de significados*.

6.5. Connotación de la fotografía de prensa

"La fotografía es un intrigante documento visual, cuyo contenido es al mismo tiempo revelador de informaciones y detonador de emociones" (Kossoy, 2001, pág. 23).

Hasta ahora hemos analizado la fotografía como parte de un sistema léxico-visual unitario cuyo objetivo principal es generar reflexión en los lectores y proporcionar información veraz e imparcial. Sin embargo, la fotografía también tiene la capacidad de transmitir una carga emocional a los lectores, la cual es moldeada por la línea editorial del medio de comunicación o por el fotógrafo al capturar la imagen. En muchas ocasiones, como señala Salked (2014), "la fotografía nos hace olvidar que es un medio y nos induce a pensar que es un conducto directo hacia la realidad" (pág. 6). Además, Roland Barthes (2009), sostiene que la fotografía tiene la capacidad de generar connotaciones expresivas y simultáneas que crean múltiples sentidos a la vez.

Dado que la fotografía, basados en el pensamiento de Barthes, es un signo indivisible, la interpretación de una imagen fotográfica completa no se limita a un significado explícito, sino que resulta de múltiples variables que pueden incluir el color, la calidad de impresión, las actitudes de los sujetos retratados, el grado de iconicidad y las relaciones internas del signo, entre muchos otros



factores que singularizan la imagen fotográfica. En el caso de las imágenes en medios escritos, el tamaño y la ubicación de la fotografía también influyen en su interpretación.

De manera similar, las tecnologías juegan un papel fundamental en la configuración de un mensaje fotográfico. El tipo de lentes seleccionados por el fotógrafo, la resolución, el ángulo, la sensibilidad y otras variables determinan el resultado final de una fotografía. El uso de la tecnología también ha sido estudiado en el contexto de las guerras. Para ilustrar dos casos extremos y paradigmáticos, podemos hacer referencia a la guerra de Crimea, donde apenas se mostraron las huellas de la muerte en los titulares de las imágenes, y la guerra del Golfo en 1990, donde las cámaras de video se añadieron a los misiles y bombas para capturar la destrucción como un espectáculo en vivo. Actualmente, los conflictos bélicos, como el conflicto entre Rusia y Ucrania, muestran la destrucción de ciudades y los cuerpos de civiles y militares.

Partiendo de la premisa común de que fotografiamos para recordar, la inclusión de la fotografía en los medios de comunicación tiene como objetivo ampliar la memoria de forma ilimitada. Por lo tanto, tiene la capacidad de persuadir a través de la repetición generada por la combinación de texto y gráficos, especialmente en la era de la viralización en las redes sociales. A pesar de esta premisa considerada universal, Keene (1995), explica que los responsables de la sección de fotografía tienen un gran poder de decisión sobre qué se publica y en qué sección, lo que varía la imagen de una publicación a otra y hace que el recuerdo sea vulnerable y subjetivo dependiendo de la información recibida por los espectadores de un medio en particular en comparación con otro.

El grado de influencia que ejercen los fotógrafos también ha sido analizado por Sontag (2015), quien afirma que imponen pautas a sus modelos. Estas pautas pueden ser provocadas mediante recursos técnicos, de iluminación, actitudinales, cromáticos, entre otros. Barthes refuerza esta conceptualización en varios de sus estudios, concluyendo que la fotografía no es neutra ni pasiva, sino que posee una gran riqueza de connotaciones. En lo obvio y lo obtuso (2009, pág. 15-16) recuerda:

Existe una elevada probabilidad de que el mensaje fotográfico, o al menos el mensaje de prensa, esté también connotado. Esta connotación no sería fácil si es posible inferirla a partir de ciertos fenómenos que tienen lugar en el nivel de la producción y la recepción del mensaje: por una parte, una fotografía de prensa es un objeto trabajado, escogido, compuesto, elaborado, tratado de acuerdo con unas normas profesionales, estéticas o ideológicas que constituyen otros tantos factores de connotación: por otra parte, esa misma fotografía no solamente se percibe, sino que se lee.

Concluye aseverando que la falta de arte no elimina la presencia de sentido.

De igual manera, en ocasiones los fotógrafos han presentado hechos espeluznantes como si fueran rutinarios o trivialidades como eventos de proporciones épicas. Por supuesto, estos criterios dependerán de quien observe las fotografías. Gombrich agrega que una imagen destinada a comunicar está sujeta a un proceso de selección que "revelará la interpretación que el autor haga de lo que considere relevante" (1993, pág. 135).

Las interpretaciones que el fotógrafo otorga a la fotografía son subjetivas, al igual que en la pintura o el dibujo. La diferencia radica en la precisión de la reproducción, un tema que ha sido objeto de debate desde la invención de los primeros aparatos de Daguerre.

Sontag (2015), afirmó que a través de la fotografía se descubre la belleza, pero no la fealdad. Sin embargo, a través de la imagen fotográfica se pueden acceder a diversos criterios y formas de ver. La belleza o la fealdad serán el resultado de la percepción del público, tal como ocurre en el estudio de la fotografía de Diana Arbus o Antoine D'Agata.

El reemplazo de la realidad por la fotografía periodística llega a los consumidores permitiéndoles creer en ella. La línea editorial dicta cómo se abordará un tema y qué tipo de foto se utilizará. Algunas fotos pueden perjudicar o beneficiar al sujeto en cuestión. El trabajo del editor de fotografía consiste en seleccionar solo las mejores imágenes. Aquí es donde intervienen

los puntos de vista y enfoques diferentes del fotógrafo, editor y director gráfico, como mencionan Diego y Daniel Caballo (2011, pág. 59): "Son inevitables como componentes de un equipo que elabora la información general, independientemente del medio".

En cuanto a la manipulación detrás de la cámara, Kossoy (2001, pág. 84) sostiene que "El fotógrafo siempre ha manipulado el resultado tanto técnica, estética como ideológicamente" en cualquiera de las etapas de materialización de la imagen, aunque hay que reconocer que las técnicas digitales, tan populares hoy en día, han cambiado el panorama de la fotografía de manera inesperada. La lista de casos de fotografías manipuladas es interminable.

Dadas estas circunstancias, hablar de un lenguaje fotográfico puede llevarnos por caminos difíciles de recorrer. Las características técnicas, la composición y muchos detalles pueden ser más complejos para ciertos lectores que para otros. Los aspectos connotativos y denotativos también serán objeto de cuestionamiento por parte de los interlocutores en este campo, ya que, debido a las diferencias culturales y personales, la interpretación de la imagen puede ser tan variada como los buenos criterios de los espectadores.

A pesar de la indivisibilidad del signo fotográfico propuesta por Barthes, es importante dejar claro que en la fotografía de prensa, estos signos deben leerse en conjunto con el texto, además de la lectura interna de la imagen, lo que dificulta aún más la discusión sobre su significado. En este sentido, Kossoy (2001, pág. 116) describe la ambigüedad en la creación.

Barthes acuñó el término *punctum* para describir esta capacidad de obtener un significado inesperado y no buscado, contrastándolo con los significados evidentes y generalmente disponibles del *studium*. Por lo general, los ciudadanos que ven una imagen en los medios de comunicación impresa no son conscientes de estas cuestiones y simplemente emiten su opinión sobre lo que están presenciando.

La mayoría de los lectores no son conscientes de las influencias generadas por la memoria en la percepción de las imágenes y en todo el conjunto comunicacional que llega a través del sentido de la vista. Según Kossoy (2001, pág. 88), al observar una fotografía, debemos ser conscientes de que nuestra comprensión de lo real será inevitablemente influenciada por una o varias interpretaciones anteriores. La experiencia juega un papel fundamental en la interpretación de la información recibida.

A pesar de que la fotografía ha insistido siempre en ser neutral, no deja de ser una interpretación de la realidad, pero está parcializada por el fotógrafo y la tecnología, lo que resulta en una mezcla de realidad y ficción que no siempre logra un equilibrio. La imagen fotográfica se convierte en un signo único y fijo, pero la interpretación no es invariable. Como señala Sontag (2015, pág. 172), “El realismo fotográfico puede ser, cada vez más, definido no como lo que realmente hay, sino como lo que realmente se percibe”.

El trabajo de los fotógrafos se centra en la creación y recreación de las imágenes, dejando poco tiempo para pensar en las interpretaciones posteriores. Sin embargo, esto no excluye que el fotógrafo tenga en cuenta cuestiones como los datos principales de los sujetos que está fotografiando, lugares, acciones y partes que se involucran dentro de la historia que está contando con sus imágenes. Un buen fotógrafo de prensa debe cumplir también con las funciones de reportero.

Al interpretar las imágenes, los usuarios de los medios impresos utilizan todo su bagaje cultural y experiencial, confrontándolo con la información que reciben. El resultado final del análisis será tan variado como las opiniones de los lectores.

La habilidad para el lenguaje visual se desarrolla, como indica Barnhurst (1998) a través de tres niveles:

- **Apreciar.** El que puede apreciar la comunicación visual, reconoce que existen mensajes visuales en los periódicos, en los otros medios de difusión informativa [...] pone valor en ellos hasta pensar en la manera en que la forma visual influye o cambia a la materia o el contenido de la

comunicación. Los redactores que han alcanzado este nivel apoyan el trabajo del artista en el periódico.

- **Funcionar.** Tiene la habilidad de nombrar e identificar lo que constituye la comunicación visual, y puede señalar sus elementos y analizar la estructura. En el periódico que tiene redactores informados de cómo funciona la forma visual en su misión periodística, hay un diálogo constante que produce mensajes más interesantes; por lo tanto, el periódico se ve más vivo. Este es el nivel que todos los periodistas deben alcanzar.
- **Comunicar.** Al nivel más alto pertenece la habilidad de comunicar, en él se encuentran los artistas y los diseñadores gráficos. Pocos periodistas alcanzan este nivel, pero en muchos periódicos en Europa y en Norteamérica hay departamentos de arte en los que trabajan los artistas periodistas. El estudio del arte puede ayudar al periodista a entender lo que ve en su trabajo y en su vida. Estilos puede haber muchos, de igual manera los temas pueden ser ilimitados; pero cada fotoperiodista hará su trabajo pensando en el producto comunicativo que tiene su imagen.

Tal vez una de las fotografías que más despertó la polémica por lo complicado de su lectura connotativa es la tomada por Kevin Carter en 1993:

Figura 53

La niña y el buitre



Nota. Adaptado de Chica Luchadora [Fotografía]. Kevin Carter, 1993, ([Kevin Carter](#))

El trabajo del fotoperiodista tiene como objetivo comunicar con una imagen un suceso que se convierta en noticia y tenga la capacidad de influir en el público.

La lectura de la imagen que se produce en la mente de los espectadores puede tener diversas interpretaciones: semiótica, filosófica, artística, ideológica, entre otras. El significado de la fotografía tiende a ser más homogéneo de acuerdo con las tendencias de los observadores. Cuanto más homogéneo sea un grupo en términos de cultura, mayor será la similitud en la interpretación de la imagen.

Es importante tener en cuenta que la lectura de una imagen es un proceso de percepción y, como señala Fontcuberta (2015, pág. 87), "Todo acto de percepción requiere un aprendizaje y está sujeto a numerosos factores adquiridos, no naturales". Este proceso de percepción, dirigido correctamente por un censor o editor, puede mostrar a canallas o caballeros. La fotografía puede ser una aliada para animar al pueblo o para silenciar protestas.

Cuando la fotografía permite la renovación de los medios de comunicación, la imagen individual va siendo sustituida gradualmente por la imagen de la sociedad, por la imagen colectiva de la que formamos parte. Al integrar al individuo en la sociedad, la fotografía asume el papel de instrumento de propaganda.

Hablar de un lenguaje de la fotografía puede resultar complicado. Las características técnicas, la composición y muchos detalles pueden ser más complejos para ciertos lectores que para otros, dependiendo del conocimiento de cada persona. La connotación es debatible y no existe un criterio universal.

Sousa (2011, pág. 203) señala que "La observación de una fotografía está determinada por el observador". La fortaleza discursiva de la fotografía se cuestiona, ya que, por un lado, está la realidad capturada por la cámara y, por otro lado, la intervención humana manipulando recursos técnicos y buscando el momento oportuno para disparar la cámara.



En relación con otros aspectos culturales, las tendencias artísticas influyen inevitablemente en los estilos de vida de las personas. Se crea así un círculo en el que el arte y el estilo de vida son dos mitades inseparables y en constante movimiento. Estas variables influirán en la forma en que los espectadores interpretan las imágenes, como lo señala Sontag (2015, pág. 245), "La explosión de una bomba atómica puede utilizarse en forma de fotografía para publicitar una caja de seguridad".

Las clasificaciones y los análisis a los que se puede someter las fotografías pueden variar con cada investigador. Pueden abarcar estilos, técnicas, composición, luces usadas, biografía del autor, contenidos, época de producción, temática, entre muchos otros.

Así, se puede hablar de una doble connotación en la fotografía: la primera implica las condiciones que vive el fotógrafo en el momento de la toma; y la segunda; es la interpretación del lector. Ribalta (2004) hace referencia a Sekula cuando indica que la única verdad "objetiva" que ofrecen las fotografías es la aseveración de que alguien o algo estaba ahí y sacó una fotografía. Todo lo demás, es una huella, queda libre. Se concluye, por lo tanto, junto con Ritchin (1999, pág. 72) que en la fotografía se "presenta una paradoja y es que la fotografía es poco confiable, como cualquier otro medio, aún sin el aparecimiento de la tecnología digital"[\[21\]](#).

6.6. Connotación en el mensaje fotográfico

Al igual que ocurre con cualquier tipo de mensaje, la imagen está sujeta a varios elementos que pueden causar interferencia entre emisor y receptor.

En la siguiente infografía presentamos algunos elementos que pueden incidir en el buen entendimiento de la fotografía y que han sido objeto de atención por parte de Barthes:

[Claves para comprender la fotografía](#)

¿Qué le parece el tema estudiado? Interesante, ¿verdad? Ahora, le invito a desarrollar las siguientes actividades que le ayudarán en el desarrollo de su aprendizaje.



[17] Hacemos obvia referencia al libro publicado por Jacob Riis.



[18] En el Ecuador, uno de los casos emblemáticos de la revelación de un acontecimiento que las autoridades quisieron mantener oculto fue el caso Fybeca, en el cual una fotografía demostró la detención de una persona contradiciendo las versiones oficiales de la Policía Nacional que manifestó no haber detenido a los asaltantes.



[19] Esta fue la segunda feria mundial y la primera en contar con la fotografía entre los avances tecnológicos más importantes. La primera feria mundial se realizó en 1851 en Londres.



[20] Se observa luego que los textos son el resultado de la línea editorial del diario, de los editores y redactores.



[21] Traducción del autor.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Seleccione 10 fotografías de diferentes medios de comunicación.

Describa quién es el emisor, el mensaje que quiere comunicar y al receptor. Haga un ensayo de la denotación y connotación de esas imágenes.

Nota. por favor, complete la actividad en un cuaderno de apuntes o documento Word.

2. Revise los contenidos de esta unidad y luego responda la siguiente autoevaluación que proponemos. No olvide que al final de esta guía puede consultar el solucionario.



Autoevaluación 6

1. ¿Cuál es el objetivo principal de la fotografía de prensa?

- a. Transmitir un mensaje estético.
- b. Comunicar información a los lectores.
- c. Documentar eventos históricos.

2. ¿Cuál es la relación entre la imagen y el texto en los medios de comunicación?

- a. Son elementos independientes y no se relacionan entre sí.
- b. El texto amplifica las connotaciones de la imagen.
- c. El texto produce un significado enteramente nuevo que no está.

3. ¿Cuál es la importancia de colocar una fotografía en un contexto preciso?

- a. Ayuda a entender el mensaje completo de la fotografía.
- b. Determina el valor estético de la imagen.
- c. Define la calidad técnica de la fotografía.

4. ¿Qué función cumple la fotografía en el fotoperiodismo?

- a. Documentar eventos noticiosos y contextualizarlos.
- b. Expresar emociones y transmitir ideas.
- c. Crear una experiencia estética para el espectador.

5. ¿Qué relación existe entre la fotografía y la propaganda?

- a. Las fotografías políticas y sociales suelen ser utilizadas con fines propagandísticos.
- b. Las fotografías no tienen relación con la propaganda.
- c. La propaganda utiliza principalmente lemas en lugar de fotografías.



6. ¿Cuál era el enfoque principal de los fotógrafos en los primeros tiempos de la fotografía?



- a. Conseguir resultados estéticamente sorprendentes.
- b. Mantener sus negocios.
- c. Realizar exposiciones fotográficas.

7. ¿Qué recursos se difundieron en casi todos los países relacionados?



- a. Catálogos y revistas de clubes fotográficos.
- b. Salones de fotografía.
- c. Museos de fotografía.

8. ¿Por qué las imágenes de los medios de comunicación gozan de credibilidad según la teoría de Marshall McLuhan?



- a. Porque son elementos ornamentales.
- b. Porque son un instrumento de persuasión para aumentar las ventas.
- c. Porque tienen el propósito de brindar información gráfica al servicio de la sociedad.

9. ¿En cuántas etapas claramente diferenciadas se puede analizar una fotografía de prensa en su camino hasta llegar al consumidor de información?



- a. Dos etapas.
- b. Tres etapas.
- c. Cuatro etapas.

10. ¿Por qué la fotografía ha sido considerada como una forma confiable?



- a. Porque elimina la subjetividad del narrador frente a la imagen precisa.
- b. Porque se puede editar de manera burda y exagerada.
- c. Porque no muestra elementos reales reconocibles.

[Ir al solucionario](#)





Resultado de aprendizaje 3:

Conoce la dinámica del área gráfica de un medio de comunicación escrito.

Un profesional de la fotografía en los medios de comunicación debe conocer muy bien los géneros, proponer los más adecuados para cada tema y adaptarse a las condiciones sociales y del medio. Ahora nos concentraremos en las propuestas de los géneros que se usan en un medio.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 7 y 8

Unidad 7. Géneros fotoperiodísticos

En la unidad 7 abarcamos los géneros de la foto periodística que son parte fundamental de los medios de comunicación.

Los géneros surgen cuando los medios descubren la capacidad mediática que tienen y a la vez pueden llegar a distintos segmentos poblacionales. Además, los fotógrafos buscan su estilo personal en sus trabajos. Lo recuerda Ledo (1998, pág. 23). Aparecen autores con propuestas específicas como la foto cándida, el punto de vista, el instante preciso, se desarrollan géneros”.

Tal vez resulte muy complicado establecer categorías para el fotoperiodismo. No siendo una ciencia exacta y estando sujeta a la interpretación personal, una misma imagen puede ser sometida a diversas observaciones y clasificaciones. Indica Villaseñor (2012, pág. 11), que “El género construye una cosa a partir de su esencia y la relaciona con su nombre, son su huella [...] ayuda a referenciar más que a nombrar”.

Es apenas a mediados de los cuarenta, durante la guerra, según Sontag (2010), cuando el oficio maduró y otorgó mayor legitimidad a los fotoperiodistas.

Las categorías de las fotografías de los medios pueden variar, indicando que el consumo de estas imágenes corresponde al grado cultural de sus lectores. Se encuentran, por lo tanto, variantes que van desde el sensacionalismo hasta la ilustración.

Como se indicó al inicio de este trabajo, la literatura sobre e fotoperiodismo es limitada y no hay un acuerdo definitivo sobre los géneros fotoperiodísticos. Para dar una definición se toman como punto de partida los conocimientos prácticos propuestos por Marco Antonio Cruz y Jorge Luis Gallegos, citados en Catellanos (2010a).

Tabla 6

Diferentes conceptos del fotoperiodismo

Marco Antonio Cruz	<ul style="list-style-type: none">▪ Fotografía política▪ Fotografía cultural▪ Fotografía deportiva▪ Fotografía de vida cotidiana▪ Fotografía policiaca▪ Fotografía de sociales▪ Fotografía de reportaje
Jorge Luis Gallegos	<ul style="list-style-type: none">▪ Reportaje▪ Ensayo▪ Entrevista▪ Foto cotidiana▪ Foto noticia▪ Paisaje urbano▪ Crónica fotográfica

Nota. Barrazaeta, P., 2023.

Por otro lado, Ulises Castellanos (2010a, pág. 36-37) clasifica los géneros foto periodísticos en:

1. **Fotonoticia.**- Proporciona una imagen compleja y detallada de la realidad.

Sin embargo, hay ciertos aspectos que no pueden ser comunicados solo a través de la imagen en sí misma. Es por eso que se hace necesario complementarla con un texto que explique y aclare las relaciones entre las diferentes partes del todo. De esta manera, se puede ofrecer al lector una comprensión más completa y profunda de lo que se está representando en la fotografía. La combinación de la imagen y el texto puede llevar a una experiencia mucho más enriquecedora y significativa.

Las características de la fotonoticia son: se presenta una o más fotos; obedecen a un suceso importante; muestran el desenlace del algo; es noticia en cuanto no ha llegado a públicos masivos, y, presenta el tema de forma breve y expresiva; son claras, precisas y contundentes. No presentan información innecesaria o decorativa; al extremo que muchas de ellas no tienen la mejor composición.

Los medios de comunicación están trabajando siempre con fotonoticias. Algunos ejemplos son los presentados por diario [El País](#), diario [La Nación](#), o [El Clarín](#).

2. **Fotografía de entrevista.** - Debe comunicar el contexto de una historia, especialmente cuando se trata de personas conocidas o anónimas que son protagonistas de los hechos. Es importante destacar que la fotografía de entrevista no solo se enfoca en el personaje; sino que también captura los aspectos interesantes y relevantes de su trabajo, lo que ayuda a los lectores a conocer al personaje.

Algunas fotos de este tipo permiten observar al entrevistado y al entrevistador al mismo tiempo. Puede usarse una toma frontal o la denominada over shoulder (sobre el hombro), como la que mostramos en la figura 54:



Figura 54

Toma over shoulder



Nota. Barraza, P., 2023

Las fotografías de entrevistas permiten cierta libertad al fotógrafo. Se puede pedir al entrevistado que se mueva del lugar de la entrevista. Un ejemplo es cuando entrevistan al gerente de una empresa fuera de su oficina y hacen un recorrido por la fábrica en la que trabaja. En esa visita guiada se toman fotos más ricas y explicativas del verdadero trabajo de la empresa. Esta técnica es denominada *Talk and Walk*; o caminar y hablar.

En la categoría de fotos de entrevista caben las ruedas de prensa. En la mayor parte de ellas se asigna una posición definida para fotógrafos y camarógrafos y se restringe la posibilidad de movimiento. Lo más adecuado es acudir con un buen juego de lentes y hacer las fotos con diferentes ángulos de visión. Es aconsejable también que se hagan fotos antes del inicio de la rueda de prensa. Esto permite, además de calibrar la cámara, obtener buenos puntos de vista. Por ello es de vital importancia acudir a estos eventos con prudente anticipación. Una vez concluida la sesión es recomendable que el fotógrafo busque otros puntos de vista o personajes que enriquezcan la noticia.

En eventos sociales, como presentaciones de productos o cócteles, es muy común que se brinde alimentos o bebidas. Hay que tomar todas las precauciones para que en las fotografías no se vean estos elementos. De igual manera, no se debe fotografiar cuando las personas tengan en las manos carteras, folletos, celulares u otros objetos.

3. Fotografía deportiva. –Es una de las especializaciones más exigentes en el mundo de la fotografía. No basta con tener una buena cámara o ser un experto en la técnica fotográfica, es imprescindible conocer las reglas del deporte que se va a capturar. De esta manera, se pueden anticipar los movimientos de los deportistas y capturar los momentos más importantes. La velocidad es un factor clave en la fotografía deportiva. Los fotógrafos deben reaccionar rápidamente ante los movimientos de los deportistas y ajustar los parámetros de la cámara en fracciones de segundo.

Hemos de añadir además que para algunas especialidades deportivas se requiere equipos especiales. Es necesario que el equipo gráfico considere si es verdaderamente necesario adquirir equipos especiales o si es más rentable alquilarlos; ya que un equipo de estos puede costar mucho y no tener utilidad permanente.

Otra cuestión de peso al momento de planificar la cobertura de un evento deportivo es la capacidad de atracción; por ejemplo, cuando los equipos de fútbol de mayor hinchada se enfrentan, se requiere la participación de más un fotógrafo, incluso, de ser necesario, hasta cuatro; por supuesto, dependiendo de la disponibilidad de personas y de equipos. Cuando no se cuenta con fotógrafos de planta, se puede comprar las imágenes a agencias de noticias.

Dado que no se puede hacer un recorrido por todos los deportes, haremos una lista resumida de las actividades previas a la cobertura de un evento deportivo:

- a. Revisar los equipos y considerar el alquiler o compra de accesorios especiales.

- b. Empaparse de la información sobre los participantes. Jugadores destacados, entrenadores, cuerpo técnico, etc.
- c. Consultar con todos los fotógrafos si hay alguien que tenga mayor afinidad por el tema o si conoce más sobre ese deporte.
- d. No está de más buscar referentes de imágenes de ese deporte específico para conocer lo que podemos hacer.

La figura 55, presenta la foto de Usain Bolt, realizada por Kai Pfaffenbach en 2016, de la agencia Reuters. Nótese que es una foto con un tiempo relativamente largo de exposición para un deporte tan rápido; pero se distingue con claridad el rostro del velocista:

Figura 55

Usain Bolt en competencia



Nota. Adaptado de El jamaiquino Usain Bolt (i) sigue siendo inalcanzable en el mundo del atletismo y no hay quien iguale o supere sus marcas en 100 y 200 metros lisos [Fotografía] , Kai Pfaffenbach ([El Universo](#))

4. **Fotografía de nota roja.** - Ha sido utilizada por algunos medios como un anzuelo de venta. Pero detrás de la estética impactante hay una historia que se debe contar de manera responsable y respetuosa. Una de las cuestiones más importantes es que debemos apuntalar el hecho que la provocó, ya sea un crimen violento, un accidente terrible o cualquier otra situación dolorosa. Es uno de los géneros que menos deseamos practicar

por el respeto a los límites éticos que se presentan al abordar temas sensibles. Aun así, en el ejercicio profesional llegará a nosotros una gran cantidad de este tipo de fotografías.

Este género es muy común en los medios de corte sensacionalista, criticados por todos; pero es parte de la información que se genera cada día.

5. Reportaje. – Es considerado por algunos autores como el más complejo de todos los géneros fotográficos, ya que su objetivo es contar una historia completa a través de imágenes que se complementan entre sí. Este género requiere de una planificación cuidadosa, paciencia y habilidades técnicas para abarcar cada detalle de la historia. Una de las principales características del reportaje es que debe ofrecer varios puntos de vista para contar una historia completa. El fotógrafo debe capturar diferentes ángulos, perspectivas y emociones para dar una visión completa del tema.

El éxito de un reportaje dependerá de tres factores: una temática atractiva, creatividad para abordar el tema y principalmente la información con la que cuente el fotógrafo antes de iniciar el trabajo. Todas las fotografías deben complementarse para armar la historia completa. A continuación, le invito a profundizar sus conocimientos mediante un buen ejemplo de reportaje, el cual lo encontrará en el siguiente artículo de [Por qué los loros son las aves de compañía más populares](#).

6. Fotografía documental. - Busca capturar la realidad tal y como es, con la finalidad de informar, educar y provocar una respuesta emocional del espectador. A diferencia de otros géneros, la fotografía documental no es inmediata, ya que requiere de un proceso más largo para su realización. Es preciso seleccionar un tema de interés. Puede ser cualquier cosa que llame la atención del fotógrafo y del público, desde un evento social, hasta una problemática ambiental. Lo importante es que el tema sea relevante y tenga impacto en la sociedad. No se trata solo de una foto, sino de sumergirse en la historia, e interactuar con los personajes, comprender el contexto y de buscar el momento adecuado para tomar cada imagen. El documental

requiere paciencia, perseverancia y mente abierta. Henri Cartier Bresson (Francia, 1908), sostiene que en una fotografía documental la importancia radica en que se capte un momento irrepetible. Él lo llama el instante decisivo. Muchos fotógrafos en el mundo han adoptado este criterio como guía de trabajo.

Por su parte, Sebastiao Salgado (Brasil, 1944), indica que para que una fotografía sea considerada documental hay que investigar previamente y profundizar en las distintas aristas que se presentan alrededor de un tema.

La fotografía documental es un género que ha llamado la atención de muchos estudiosos de la imagen. Se puede decir que se mueve entre las dimensiones del fotoperiodismo y de la fotografía artística. Solo como un ejercicio práctico sugerimos que busque las fotos de maestros de la fotografía documental: [Gervasio Sánchez](#), [Enrique Meneses](#), [Emilio Morenatti](#), [James Natchwey](#) o [Cristina García Rodero](#) [22].

Le invito a reforzar sus conocimientos mediante la revisión de [Fotografía](#) documental, el mismo que es un medio poderoso para contar historias y crear conciencia, pero no es algo que se logre de la noche a la mañana.

7. Foto Ensayo. - Consiste en un fotorreportaje en profundidad, que consta de un numeroso grupo de imágenes. Se diferencia del fotorreportaje en que cada fotografía está pensada en relación con las otras, y no se trata simplemente de un portafolio armado por un editor. Eugene Smith, uno de los grandes fotógrafos documentales del siglo XX, indica que el fotorreportaje es un conjunto de imágenes que se organizan de forma temática para contar una historia, pero que no necesariamente están pensadas en relación dependiente con las otras. En cambio, el ensayo fotográfico implica planificación y conceptualización más profundas, donde cada fotografía está pensada para complementar y enriquecer las otras. El fotógrafo debe pensar en términos de secuencia y en cómo las imágenes se relacionan entre sí. El objetivo final es crear una historia visual que provoque una respuesta en el espectador.



Un aspecto importante a tener en cuenta al momento de proponerse un ensayo fotográfico es que a partir de un tema determinado se pueden generar otros relacionados; por ejemplo, si pensamos en un ensayo sobre la migración, pueden surgir otros como el trabajo que hacen los migrantes, la comida de otros lugares, las formas de transporte, y una larga lista de temas.

Hasta aquí hemos dicho que se trata de temáticas libres y de temas derivados de uno principal; no obstante, también es necesario indicar que un ensayo fotográfico puede realizarse sobre una persona, sea esta conocida o anónima; o incluso sobre un lugar.

Una condición indispensable en el foto - ensayo es que todas las imágenes tengan relación con las otras; aunque no tengan un orden específico. De esta manera se construye una narrativa con las partes integrantes del proyecto.

El ensayo fotográfico es una forma de arte que combina la técnica y la creatividad para contar historias complejas. Contenidos adicionales los puede encontrar en Artículos: foto ensayo.

Figura 56

Ejemplo de fotoensayo



Nota. Barrazaeta, P., 2023

La fotografía, en especial la de prensa, tiene significado porque alguien se lo otorga o, por lo menos, al contenido que lleva implícito. En los géneros fotoperiodísticos que se han analizado, se puede encontrar la fotoilustración. Las agencias Corbis, Getty, Image Bank son, entre otras, las principales agencias proveedoras de imágenes ilustrativas no específicas, pero muy bien etiquetadas y fáciles de hallar en las plataformas informáticas.

7.1. Fotoperiodismo y foto documental

La diferencia entre estas dos definiciones puede parecer inexistente o inútil, sin embargo, hay que definir cada una de las líneas de acción de estas actividades.

Por un lado, se puede considerar que todas las fotos constituyen un documento en sí mismas, afirmación que no se puede refutar en primera instancia. De ahí en adelante todas las fotos pueden ser consideradas como un documento, pero surge la pregunta, ¿qué clase de documento es una determinada fotografía?

Los retratos familiares, los recuerdos de viajes y las instantáneas en redes sociales son ya un documento. Postales y paisajes de cualquier tipo cumplen con la misma condición. Catálogos, publicidad, folletos, imágenes para las pantallas de los ordenadores y una larguísima lista repiten la característica documental de las imágenes. Pero los medios de comunicación, especialmente los impresos, son los que han impuesto la característica de fotoperiodismo a sus imágenes. La esencia está en la inmediatez, en la relevancia, en el aporte a la noticia. Los fotógrafos hacen su trabajo diario sin pensar en lo que pasará al cabo de dos días, su función es ver lo que pasa hoy y presentarlo para que se publique de inmediato.

El verdadero fotoperiodismo está comprometido con la información, con la vida de los medios; lo demás será documental, sabrá esperar un tiempo, podrá corregirse y editarse cuantas veces sea necesario. El ejercicio del fotoperiodismo se rige por las reglas del periodismo serio más que por las reglas del arte fotográfico.

Por su parte, el fotodocumentalismo, no menos importante, explora los rincones donde no es fácil llegar, pasea las miradas del mundo por territorios que la mayoría de las personas no conocen, sino a través del trabajo de estos fotógrafos. Se acompaña de una investigación previa y reflexiva que, a diferencia del fotoperiodismo, puede desarrollarse a lo largo de semanas o meses. Piensa en una temática relevante, más no inmediata. Su esencia conjuga la estética con la investigación.

7.1.1. Fotografía documental

Sin duda, uno de los trabajos más difíciles en la investigación de fotografía es definirla como documental. Esto se debe a que algunas definiciones abarcan conceptos como evidencia con relación a la realidad; o foto social y testimonial; que están inmersos en todas las fotografías. Para dilucidar estos criterios, se recupera la propuesta hecha por Ledo (1998, págs. 24-25):

La foto documental se deja envolver en la dicotomía “Belleza/Verdad”, dejando para aquella los artistas, para esta los documentalistas, para aquella lo simbólico, para esta lo demostrativo, para aquella la metáfora, para esta la metonimia, para aquella los sueños, para esta mantenernos bien despiertos. Pero la técnica y la ideología necesitan otra mediación: la política, la práctica fotográfica, las convenciones que en cada momento fijan las reglas del discurso, lo que es fotográficamente correcto.

Incluso siendo documental, la fotografía puede estar en tela de juicio, dependiendo de la experiencia y los intereses del espectador. Basta recordar al general Westmoreland acusando a Nick Ut (1972) de inventar su fotografía.

Otro concepto necesario para que la fotografía se convierta en documental es el tiempo. La fotografía documental, además de reflejar la realidad y de ser un testimonio, debe pasar la prueba del tiempo para que sea recordada como elemento o complemento del hecho que retrató. Así lo recuerda Mata (2011) cuando analiza lo efímero y vano de la fotografía contemporánea.

El grado de iconicidad que tenga la fotografía ayudará para que perdure en el tiempo. Se puede enumerar algunos autores como referentes del trabajo documental y cuyos recomendamos buscar en fuentes de Internet^[23] : [Lewis Hine](#), [Jacob Riis](#), [Antoine d'Agata](#), [Cristina García Rodero](#), [Sebastiao Salgado](#), , [Robert Frank](#), [James Nachtwey](#), [Helmut Newton](#), [Cartier Bresson](#), [Diego Cifuentes](#), [Gervasio Sánchez](#), entre muchos otros.

La fotografía documental, entendida ya como evidencia de lo real, tiene al menos tres cimientos bien establecidos:

- El sujeto u objeto fotografiado.
- El fotógrafo.
- El resultado plasmado en la imagen.

La coherencia entre tales elementos es parte de la prueba documental. Otra característica que debe reunir este tipo de fotografía es la no intervención ante lo fotografiado y uniendo el concepto de lo documental con lo periodístico, Ugarte (2011), señala que este se presenta como un nuevo documentalismo lleno de posibilidades estéticas que hasta la actualidad no han sido exploradas. Se puede concluir diciendo que no es el drama lo que define a la fotografía documental, sino la veracidad.

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

[22] De Cristina García recomendamos buscar el video del trabajo multimedia “Entre la tierra y el cielo” hay una versión disponible en este [enlace](#).

[23] Aquí hemos colocado solamente algunos enlaces; pero el trabajo de estos autores es mucho más extenso.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Revise los medios de comunicación de su ciudad. Busque al menos tres imágenes por cada uno de los géneros que se describen.

2. En esta unidad hemos estudiado los géneros que hay en el fotoperiodismo. A continuación, complete la autoevaluación sobre esta unidad. Recuerde que al final de esta guía hallará las respuestas correctas.



Autoevaluación 7



1. ¿Qué impulsa el surgimiento de géneros fotográficos?

- a. La interpretación personal de los fotógrafos.
- b. La capacidad mediática de los medios.
- c. El consumo cultural de las imágenes.



2. Según Ledo, ¿qué propuestas específicas surgieron junto con el desarrollo de géneros fotográficos?

- a. Foto cándida, punto de vista, instante preciso.
- b. Fotografía política, cultural, deportiva, etc.
- c. Foto noticia, paisaje urbano, crónica fotográfica.



3. ¿Qué dificulta establecer categorías para el fotoperiodismo?

- a. La falta de acuerdo sobre los géneros fotoperiodísticos.
- b. La interpretación personal de los fotógrafos.
- c. La variedad de observaciones y clasificaciones posibles.



4. ¿Cuáles son las características de la fotonoticia?

- a. Muestra el desenlace de un suceso importante de forma breve y expresiva.
- b. Combina imágenes y texto para una comprensión más completa.
- c. Presenta información innecesaria o decorativa.



5. ¿Qué objetivo tiene la fotografía de entrevista?

- a. Comunicar el contexto de una historia y capturar aspectos relevantes.

- b. Mostrar la interacción entre el entrevistado y el entrevistador.
c. Fotografiar eventos sociales como presentaciones de productos.
6. ¿Qué se requiere para la fotografía deportiva?
- a. Una buena cámara y habilidades técnicas.
b. Conocimiento de las reglas del deporte y reacción rápida.
c. Equipos especiales y capacidad de atracción.
d. Consultar bases de datos relevantes.
7. ¿Cuál de las siguientes características debe tener un artículo científico según las normas generales?
- a. Ser confuso y poco claro.
b. Aportar a la difusión de un conocimiento nuevo.
c. Ser un conjunto de opiniones no fundamentadas.
8. ¿Qué se necesita para el éxito de un reportaje?
- a. Paciencia y habilidades técnicas.
b. Temática atractiva y creatividad.
c. Información previa y complementariedad de las fotografías.
9. ¿Qué busca capturar la fotografía documental?
- a. La realidad, tal como es, para informar y provocar emociones.
b. Momentos irrepetibles en el contexto de una historia completa.
c. Un ensayo fotográfico en profundidad y secuencial.
10. ¿En qué se diferencia el ensayo fotográfico del fotorreportaje?
- a. Cada fotografía complementa y enriquece las demás.
b. Se organiza de forma temática para contar una historia.
c. Las imágenes no están relacionadas entre sí.

[Ir al solucionario](#)





Segundo bimestre



Resultados de aprendizaje 2:

Analiza la imagen informativa de la imagen en un medio.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 9

Hemos llegado a la mitad de los estudios de esta materia. Hasta ahora nos hemos concentrado en la parte técnica de la fotografía, sin dejar de lado la ética, la interpretación del mensaje fotográfico y los géneros que se presentan en el fotoperiodismo. En este segundo bimestre nos adentraremos en el trabajo de un fotoperiodista. Resulta fácil comprender que el tiempo no es suficiente para estudiar todos los aspectos posibles de la fotografía. Hemos tratado de presentar los contenidos base para el ejercicio del fotoperiodismo. Luego de esta materia, queda en sus manos continuar el estudio de la materia.

Hoy que es muy fácil hacer fotografías y ponerlas en la red, es más necesario que nunca reflexionar sobre la influencia de la fotografía en los medios. Vivimos en un entorno colmado de efectos, filtros y manipulaciones de la fotografía. Es muy complicado discernir si estamos ante una realidad, o una alteración. Los creadores de las aplicaciones han invertido tiempo y dinero en hacer que los resultados sean imperceptibles. Nuestra obligación como comunicadores es divulgar el conocimiento sobre las posibilidades que tiene la fotografía, tanto para difundir la verdad, como para alterarla.

Unidad 8. Fotoperiodismo de guerra

El fotoperiodismo de guerra resulta uno de los elementos más presentes en los medios. Sabemos que no es un tema fácil de tratar, pero es indispensable que nos aproximemos a él.

A lo largo de la historia, la fotografía de prensa ha tenido una presencia constante, y uno de los temas más recurrentes ha sido la guerra. Desde la guerra de Crimea (1853 – 1856) hasta los conflictos actuales, los fotógrafos han buscado capturar momentos impactantes del conflicto y transmitirlos al mundo.

Durante la guerra civil española, numerosos fotógrafos extranjeros acudieron al país para documentar los acontecimientos. Entre ellos destacaron [Robert Capa](#), [Gerda Taro](#), [David Seymour](#) (alias Chim) y otros, quienes crearon algunas de las imágenes más emblemáticas de la guerra. Sus fotografías mostraron el sufrimiento y la lucha tanto de los combatientes como de la población civil, convirtiéndose en un testimonio de la tragedia que se desarrollaba.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los fotógrafos también cubrieron extensamente los eventos. Sin embargo, la mayoría de las imágenes publicadas en Estados Unidos eran más una exaltación del coraje de las tropas aliadas que una denuncia real de los horrores de la guerra. En Europa, los fotógrafos fueron testigos de la devastación ocasionada por el conflicto y documentaron los efectos de los bombardeos en las ciudades y en la vida de los civiles; sin embargo, esas imágenes apenas se publicaron debido a la justificación de la censura por parte de políticos y militares, quienes argumentaban que no debían desmoralizar a los ciudadanos.

Después de la guerra, surgieron en todo el mundo los llamados fotógrafos comprometidos. Estos se centraron en temas sociales y en las desigualdades de poder y riqueza. Los reportajes mostraron la vida de las personas menos privilegiadas y las injusticias que padecían. Los fotógrafos comprometidos generaron imágenes que no solo eran estéticamente hermosas, sino que también tenían un propósito, utilizando la fotografía como una herramienta de lucha contra las desigualdades y las injusticias del mundo.

A continuación le invito a revisar una galería muy interesante de varias fotos de guerra a lo largo de la historia, que está presentada por el diario [El Clarín \(Argentina\)](#).

La relación entre las atrocidades de la guerra y la sensibilidad de los espectadores se establece como un asalto directo a través de la fotografía. Si bien la imagen en sí misma, al igual que cualquier otra, invita a mirar, el pie de foto reitera la patente dificultad de hacerlo. Una voz, posiblemente la del artista, acosa al espectador con una pregunta desafiante: ¿Puedes mirar esto y soportarlo? En ocasiones, el pie de foto reafirma la imposibilidad de observar una imagen por la dureza que presenta: no se puede mirar. Tradicionalmente, el pie de foto ha sido neutral e informativo, proporcionando datos como la fecha, el lugar y los nombres asociados a la imagen; pero muchas veces confirma el horror que se presenta en la imagen con información adicional.

En la era de las cámaras digitales ubicuas, se presentan nuevas exigencias a la realidad. La realidad, tal cual es, quizás no sea lo suficientemente temible y, por lo tanto, se requiere intensificarla. La exhibición de los muertos es lo que finalmente convierte al enemigo en una entidad tangible y aterradora; especialmente en los casos de la foto de guerra.

La gente puede alejarse de las imágenes chocantes no solo porque una exposición constante a imágenes violentas ha generado indiferencia, sino también porque siente miedo. Como se ha advertido constantemente, existe un creciente grado de violencia y sadismo aceptados en la cultura de masas, ya sea en películas, televisión, historietas o videojuegos. La violencia en los medios ha aumentado debido al incremento en la capacidad destructiva de las armas y a los medios de comunicación que presentan imágenes cruentas a diario.

Cuando se presentan fotografías, la guerra adquiere una dimensión de realidad para el espectador. No hay mejor manera de presentar el barbarismo de la guerra que se hace por medio de la fotografía y el video. La imagen capturada con la cámara proporciona una representación visual y concreta de los



horrores de la guerra. A través de la fotografía, la brutalidad y la violencia se vuelven tangibles, lo que puede generar una respuesta más visceral y emotiva en el público.

La fotografía de guerra desafía la sensibilidad del espectador al presentar las cruelezas bélicas de manera directa y provocativa. Las frases al pie de cada imagen comentan y estimulan una respuesta emocional, mientras que el pie de foto, en ocasiones, subraya la dificultad de enfrentarse a la realidad representada. Al hacerlo, se busca despertar una respuesta emocional y generar conciencia sobre los horrores que acompañan al conflicto armado.

La incorporación de cámaras en los teléfonos móviles está generando una auténtica revolución en las prácticas y tradiciones fotográficas. Es comprensible que hayan ganado mucho espacio destacado en las redes sociales y en los medios de comunicación.

Desde sus inicios, el fotoperiodismo de guerra ha estado inmerso en una constante batalla entre la propaganda oficial de los países y los ejércitos; y el objetivo de brindar información y objetividad periodística. Esta labor ha cobrado muchas vidas, y numerosos fotógrafos han pagado con su propia vida su deseo de transmitir imágenes de los conflictos.

Este desafío adquirió una importancia aún mayor a partir de la invasión de Irak en 2003, momento en el cual el gobierno de Estados Unidos parece haber exigido a los fotoperiodistas firmar acuerdos con el ejército estadounidense. Así como ocurrió con las imágenes tomadas por soldados aficionados a la fotografía durante la guerra de Vietnam, mostraban a jóvenes soldados viviendo un infierno, rompiendo con la imagen idealizada de los héroes militares que se presentaba en las películas. Estas fotografías conmovieron a la población hasta límites inimaginables.

Nos hemos acostumbrado mucho a fotos de guerra tomadas en infrarrojos que se asemejan preocupantemente a una experiencia de videojuego, despojando de humanidad a los actos de agresión y retratando a los demás como seres salvajes que matan y mueren. Un claro ejemplo son las imágenes



de la guerra de Irak, como se describe en el siguiente blog sobre [Luces sobre un fondo verde: ¿recuerdas la primera guerra televisada en directo, hace 25 años?](#)

No se puede negar que la tecnología ha experimentado avances significativos, pero al mismo tiempo ha surgido una creciente conciencia entre los medios de comunicación, los gobiernos y los fotoperiodistas sobre el impacto que tienen ciertas imágenes. Hay fotografías que generan empatía, miedo, dolor, frustración o, tal vez, arriesgar lo que los gobiernos llaman *intereses nacionales*.

La falta de visibilidad de los soldados muertos de nuestros propios ejércitos o aliados se debe a la existencia de un control y censura. Como señala Sontag, parece que hay una distinción entre muertos de primera y segunda categoría; estableciendo una barrera en la representación propia y ajena.

8.1. Otros desastres

Las fotografías desempeñan un papel de gran relevancia social. No solamente complementan la información, sino que se exhiben en prácticamente todas las actividades humanas. Gracias a las redes sociales, están muy presentes en la cotidianidad de las personas. El rol del fotógrafo ha evolucionado de un papel meramente técnico para convertirse en un verdadero “narrador” de historias.

Además de los conflictos bélicos, no podemos pasar por alto los desastres naturales, como el Tsunami del océano Índico en [2004](#), el terremoto de [Haití en 2010](#), los incendios forestales de [Australia en 2019](#), por solamente mencionar algunos que han sido noticias mundiales. Estos eventos causan millones de pérdidas materiales y pérdida de vidas humanas y animales. Sin duda alguna, son asuntos que captan la atención de todo el mundo. El papel del fotógrafo consiste en dotar de rostro a la tragedia humana en estos contextos. Tanto a los que sufren, como a los que prestan su ayuda.

Figura 57

Desastres naturales en todo el mundo



Nota. Adaptado de Los Incendios forestales de Australia y su relación con el cambio climático [Fotografía], por Miguel Varela, 2020, [hablandoenvidrio](#), CC BY 2.0

Es de suma importancia que obtengamos una visión integral del mundo, comprendiendo en profundidad las situaciones en las que nos involucramos y cómo nos relacionamos con ellas. Sin embargo, es crucial tener en cuenta que las imágenes no siempre reflejan la verdad de manera objetiva, sino que son

una interpretación subjetiva. Además, cada individuo posee su propio punto de vista basado en sus experiencias del conflicto, lo que implica la existencia de múltiples perspectivas.

Uno de esos casos ocurrió en 1985, cuando el volcán Nevado del Ruiz, en Colombia, hizo erupción sepultando bajo lodo y escombros a la ciudad de Armero. Este desastre natural produjo más de 25.000 víctimas mortales y casi el doble de damnificados. En medio de esta tragedia, una joven de 13 años llamada Omayra Sánchez se convirtió en el rostro emblemático al ser captada en video por periodistas y fotógrafos, quienes transmitieron en vivo durante tres días mientras Omayra agonizaba atrapada bajo los escombros inundados de lo que había sido su hogar. La situación era desesperante, era imposible moverla de la cintura para abajo sin que se desangrara y muriera. Ante los ojos del mundo entero, Omayra falleció. La fotografía icónica, (figura 58) capturada por Frank Fournier, mostró el horror de un desastre natural en tiempo real, dejando una profunda impresión en todo el mundo (Salcedo, 2016).

Figura 58
Omaya Sánchez



Nota. Adaptado de Omaya Sánchez [fotografía], Frank Fournier 1985, tinyurl.

Uno de los fotógrafos que se acerca a los desastres naturales con profesionalismo y humanismo es [Abir Adbullah](#), a quien recomendamos seguir en sus redes sociales.

La pregunta que siempre ronda a los trabajos de guerra, accidentes y desastres naturales es, ¿debe el fotógrafo primero ayudar a las personas frente a su cámara, o hacer las fotos? Tratamos ya este tema en la primera unidad de este texto. Pero podemos indicar que el trabajo del fotógrafo es tomar las fotos. Más allá de la capacidad de ayuda que pueda prestar, la primera tarea es tomar las fotos; luego, ayudar a las personas. Por supuesto, este principio tiene sus excepciones y cada caso es particular. Si el fotógrafo puede salvar una vida, debería hacerlo aún a riesgo de perder la fotografía; no obstante, si no hay riesgo mortal, puede hacer las fotos y luego prestar su ayuda.

No debemos olvidar que el fotógrafo no siempre tiene la habilidad que se necesita para resolver un problema y debe dejar que los médicos o los rescatistas hagan lo su trabajo y no interrumpir. Pocos serán los casos en los que realmente un fotógrafo brinde verdadera ayuda; ya que no somos expertos en situaciones de riesgo. El resultado de un trabajo fotoperiodístico es hacer conocer la realidad distante a la sociedad; y con ello contribuir a un cambio en la opinión pública y en los tomadores de decisiones.

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:



Actividades de aprendizaje recomendadas

El fotoperiodismo de guerra es una especialidad en sí misma. Sin duda, es muy complicada e interfiere en la sensibilidad y vida personal del fotógrafo. Lamentablemente, hay demasiadas fotos de guerra.

1. Busque en los medios de comunicación imágenes de foto de guerra y describa si son adecuadas o no para el público.
2. Finalmente, participe en la siguiente autoevaluación sobre esta unidad para evaluar el aprendizaje adquirido. Responda cada pregunta y luego compare sus respuestas con las claves que se presentan al final de esta guía.



Autoevaluación 8

1. ¿Cuál ha sido uno de los temas más recurrentes en la fotografía de prensa a lo largo de la historia?
 - a. Naturaleza.
 - b. Moda.
 - c. Guerra.

2. ¿Cuáles fueron algunos de los fotógrafos extranjeros destacados durante la guerra civil española?
 - a. Ansel Adams, Dorothea Lange, Henri Cartier-Bresson.
 - b. Robert Capa, Gerda Taro, David Seymour.
 - c. Alfred Stieglitz, Edward Weston, Diane Arbus.

3. Durante la Segunda Guerra Mundial, ¿qué tipo de imágenes publicaban principalmente en Estados Unidos?
 - a. Imágenes de la vida cotidiana.
 - b. Imágenes de la devastación en Europa.
 - c. Imágenes que exaltaban el coraje de las tropas aliadas.

4. ¿Por qué muchas de las imágenes de la devastación en Europa durante la Segunda Guerra Mundial apenas se publicaron?
 - a. Porque los fotógrafos no querían mostrarlas.
 - b. Por la censura impuesta por políticos y militares.
 - c. Porque no eran estéticamente hermosas.

5. Después de la guerra, surgieron los llamados fotógrafos comprometidos, quienes se centraron en:
 - a. Fotografía de moda.
 - b. Fotografía de paisajes naturales.
 - c. Temas sociales y desigualdades de poder y riqueza.



6. ¿Cuál es el objetivo principal de utilizar la fotografía como herramienta de lucha contra las desigualdades y las injusticias?



- a. Generar imágenes estéticamente hermosas.
- b. Denunciar los horrores de la guerra.
- c. Mostrar la vida de las personas menos privilegiadas.

7. ¿Qué relación se establece entre las atrocidades de la guerra y la sensibilidad de los espectadores a través de la fotografía?



- a. Provoca indiferencia en los espectadores.
- b. Genera una respuesta más visceral y emotiva en el público.
- c. No tiene ninguna relación.

8. ¿Cuál es uno de los efectos de la exposición constante a imágenes violentas en la cultura de masas?



- a. Genera empatía y compasión.
- b. Provoca miedo y violencia en la sociedad.
- c. Desarrolla una mayor sensibilidad hacia los demás.

9. ¿Por qué la fotografía de guerra desafía la sensibilidad del espectador?



- a. Porque muestra imágenes chocantes en infrarrojo.
- b. Porque no presenta imágenes reales de la guerra.
- c. Porque presenta las cruelezas bélicas de manera directa y provocativa.

10. ¿Cuál es el papel del fotógrafo en los desastres naturales según el texto?

- a. Ayudar a las personas primero y luego tomar las fotos.
- b. Tomar las fotos primero y luego prestar ayuda si es posible.
- c. Dejar que los médicos o rescatistas hagan su trabajo y no interrumpir.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 3:

Conoce la dinámica del área gráfica de un medio de comunicación escrito.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 10

Unidad 9. Los periódicos con imágenes

La unidad 9 nos lleva a comprender la importancia que la fotografía lleva sobre sus hombros. El área gráfica y de diseño compromete gran parte de un medio.

Dado que la evolución de la mayor parte de las sociedades ha sido medida por su capacidad de comunicarse y de plasmar su arte por medio de las imágenes, se puede marcar un hito en el antes y después de la aparición de las fotografías en los periódicos, especialmente en los diarios. La *modernidad* de una sociedad “está marcada por su capacidad de producir y consumir imágenes [...] cuando estas son sustitutos de las experiencias, se hacen indispensables para la salud de la economía, la estabilidad de la política y la búsqueda de la felicidad privada” (Sontag, 2015, pág. 215-216).

Correlativamente, con la introducción de la fotografía en la prensa, el mundo se vuelve más pequeño. Se abre la posibilidad de conocer lo desconocido y adentrarse en lo distante. La especialización de la fotografía en los medios, como indica Ledo (1998, pág. 12), da como fruto el surgimiento del fotoperiodismo:

El diario y las revistas serán el lugar en el que se generen condiciones para esa actividad que pasará a llamarse fotoperiodismo. Con el fotoperiodismo, la máquina fotográfica [...] convierte las relaciones entre avance técnico, estilo y expresividad en parte del contenido informativo.



La primera persona en autodenominarse fotoperiodista fue Erich Solomon (1886 – 1944). La profesión se consolida cuando los fotógrafos trabajan con la intención de enviar sus imágenes a un público. El término fotoperiodista sería utilizado de manera masiva a partir de la Segunda Guerra Mundial.

No obstante, en los tiempos en los que la forma de presentación de un periódico estaba basada en la letra, la fotografía se presentó como un intruso que poco a poco se adhirió y fue conquistando su espacio. Era utilizada, sobre todo, para ilustrar noticias extraordinarias y grandes acontecimientos. Tendrían que pasar varios años para que cada noticia (o por lo menos la mayor parte de ellas) tuviera su contraparte gráfica.

Cuando la tecnología de la imprenta llegó a los medios de comunicación, empezaron a ser conocidos como tales. Con las tiradas masivas y la inserción de publicidad, se cubrieron los costos y nació el modelo de negocio como hoy se conoce. A partir de entonces se incluyó la ilustración y la gráfica, dando paso a la comunicación de masas. Una muy interesante recopilación sobre el aumento de fotografías en el New York Times se presenta en este video titulado: [Todas las portadas del New York Times desde 1852](#).

Con la prensa ilustrada se inicia de manera automática un tipo de conocimiento diferente. La escritura deja de ser la protagonista exclusiva de la noticia. La nueva simbiosis demostró ser idónea para la comunicación de cualquier acontecimiento. El uso del medio tono, generalizado a mediados de 1880, impulsa la fotografía hacia las páginas de los medios. El procedimiento de impresión con esta técnica inventada por Carl Carleman facilitó el trabajo de combinar fotos y textos. Se publican en Europa dos ejemplos en la revista *Leipziger Illustriert*, el 15 de marzo de 1884.

La historia inmediata se encargó de confirmar la importancia de la publicación constante de imágenes. En 1904, el *Daily Mirror* produjo un cambio en la cultura de los medios impresos, incorporando la fotografía como elemento necesario y destacando su importancia para los periódicos y revistas. El público pide imágenes, las empresas se adaptaron y las ventas crecieron de manera acelerada y continua. Se puede afirmar que “El nuevo fotoperiodismo

influyó en los diseños de los periódicos. En el caso de las revistas ilustradas, las maquetas se pensaban previamente; sin embargo, los diarios se compaginaban de acuerdo con las necesidades de cada momento". Sánchez y Olivera (2014, pág. 17). Este crecimiento rápido de los medios impresos se producen por un mayor índice de alfabetización y su consecuente influencia en la opinión pública.

En las dos últimas décadas del siglo XIX surgen revistas de fotografía en varios países, como la *Illustrated American* (Estados Unidos, 22 de febrero de 1890), probablemente la primera revista ilustrada concebida deliberadamente, para usar fotografías en exclusiva, *The Photographic News* (Reino Unido) y *La Ilustración Española y Americana* (España) (Sousa, 2011, pág. 59).

Figura 59

La ilustración española y americana



Nota. Tomado de *La Ilustración española y americana* [Fotografía], por Biblioteca virtual Miguel de Cervantes, s.f., [cervantesvirtual](#), CC BY 2.0

Los primeros periódicos carecían en su totalidad de imágenes. Las técnicas con las que contaban eran incipientes. La fotografía estaba en su estado inicial y los tiempos de exposición hacían que se perdieran los detalles de las escenas capturadas. No se puede hablar de un verdadero fotoperiodismo,

hasta la masificación de la publicación de periódicos con fotografías, etapa comprendida entre los años 1890 y 1910, y de las revistas ilustradas a partir de 1920. El primero de esos periódicos fue el *New York Daily Graphic*, que publicó una fotografía en semitono en 1880. “Luego del aparecimiento de varios periódicos en varios países del mundo, aparece el *New York Daily News*, denominándose a sí mismo como “un periódico de fotografías” (Bonnie y Hanno: 1999, pág. 35), pero no fue sino hasta 1919 cuando el *Illustrated Daily News* de New York utilizó realmente la fotografía de forma regular en sus páginas. A partir de entonces, como define Sousa, (2011, pág. 55) “La información fotovisual tenía un lugar asegurado en la prensa”. Todas las impresiones previas, aunque fuera de manera esporádica, marcaron la ruta que siguieron luego los medios y los fotógrafos hacia el fotoperiodismo ya definido como tal.

Antes del uso del medio tono, los fotógrafos de prensa debían afrontar varios problemas, siendo uno, los mayores, el incremento de los costes y, ocasionalmente, el rechazo de los consumidores de los diarios. Sin embargo, hubo muchas noticias que no se pudieron fotografiar. No obstante, en este proceso de inserción de imágenes en los diarios, hay que constatar el retraso de los periódicos de referencia o quality papers (Sousa, 2011) con relación a medios como el *World*, de Joseph Pulitzer, y el *New York Journal* de Hearst, que por incluir imágenes en sus páginas llegaron a fabricar, trucar e inventar fotografías, destacando la escasa fiabilidad de las noticias.

Fue en la última década del siglo XIX cuando se introdujeron las rotativas y con ellas la aparición de artículos serios y profundos. La fotografía gana su espacio en el periodismo de referencia, superando el mito de que únicamente los tabloides las utilizaban. En este proceso, las revistas ocuparon un papel importante como mediadoras entre el sensacionalismo, la recopilación de información verificada, los reportajes y los diarios más analíticos. Con el transcurso del siglo, los medios de comunicación se afianzaron a través de los desarrollos tecnológicos y se consolidó definitivamente la producción periodística estable con imágenes fotográficas.

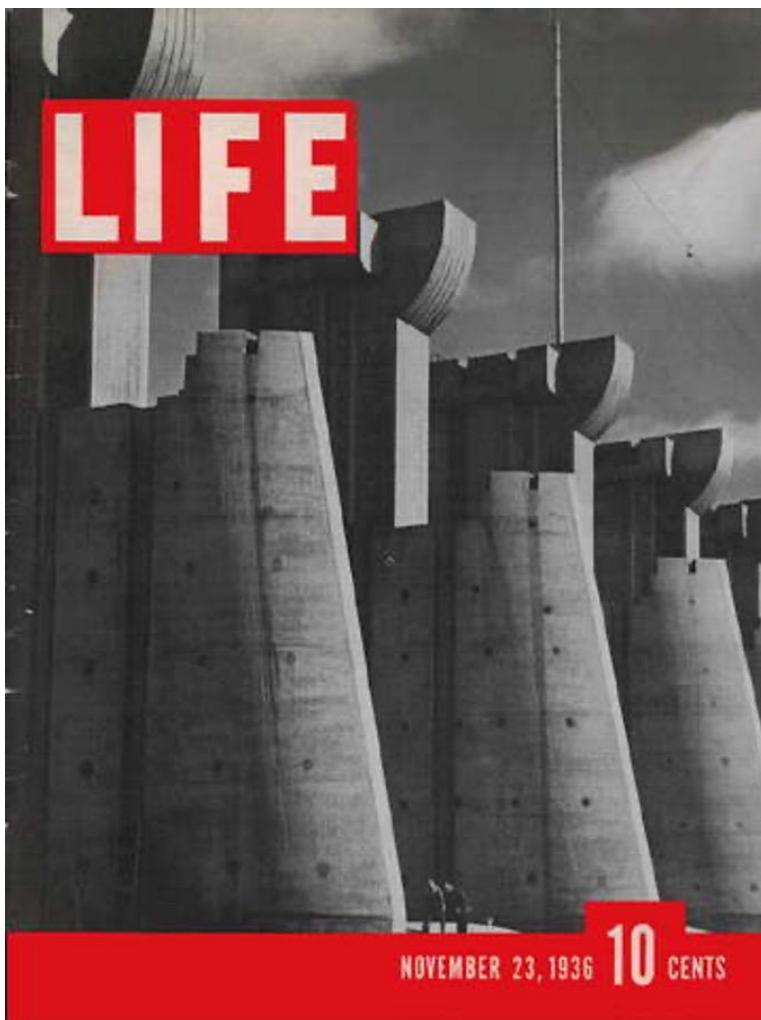
De los variados factores que determinan el desarrollo del fotoperiodismo moderno en Alemania en los años veinte, Sousa (2011. Pág.84) destaca cinco:

- a. La aparición de nuevos flashes y comercialización de las cámaras de 35 mm.
- b. El nacimiento de una generación de fotorreporteros bien formados, activos y, en algunos casos, con un nivel social elevado, que les abría muchas puertas.
- c. Actitud experimental y de colaboración intensa entre fotoperiodistas, editores y propietarios de las revistas ilustradas.
- d. Inspiración en el interés humano.
- e. Ambiente cultural y soporte económico.

Los ejemplos más emblemáticos en cuanto a fotoperiodismo impreso en revistas se darán con el surgimiento de TIME, en 1929, y de LIFE, en 1936. Estas revistas servirían como ejemplo a muchos fotógrafos que se guiarán por sus técnicas, formatos y contenidos.

Figura 60

Portada de la revista LIFE



Nota. Tomado de Historia del fotoperiodismo: La revista LIFE. [Fotografía], por El documentalista audiovisual, 2014, [eldocumentalistaaudiovisual](#), CC BY 2.0

El contexto histórico vivido en Europa, marcado especialmente por el fin de las guerras, generó que las fotos cumplieran la función de mostrar los anhelos y proyecciones de las personas. Los medios de comunicación fueron utilizados como sistemas de difusión de ideologías y de propaganda. La combinación de fotos y textos crearía referentes en las personas, la sociedad y el mundo.

Durante los años treinta, el fotoperiodismo se consolidó en los medios impresos. En la década de los cuarenta (La agencia Magnum se fundó en 1947) las agencias de noticias se convirtieron en una de las principales fuentes de fotografía. Los temas de mayor demanda por parte de los medios hacia las agencias fueron delitos, guerras, protestas sociales, celebridades públicas y deportes. El ejercicio fotoperiodístico entró en una etapa de florecimiento y no dejó de crecer. Antes de iniciar la década de los cincuenta, la prensa ilustrada publica con regularidad revistas gráficas cuya principal característica es la presencia continua y abundante de fotografías a color. La fotografía convence por su apariencia de estar en el lugar y momento adecuados.

Otra característica de esta época es la impresión de las fotos en mayores dimensiones, dando paso a los estudios sobre el diseño de los periódicos; se cambió el modo de pensar en cuanto al aprovechamiento de las fotos, los procesos productivos y periodísticos. Posteriormente, y ya entrada la década de los sesenta, Larry Burrows, fotógrafo de la revista LIFE fue uno de los pioneros en fotografiar un conflicto bélico en color (la guerra de Vietnam) demostrando que el periodismo no es exclusivo del blanco y negro. Al uso del color se suma de inmediato Ron Haberle y luego la mayoría de fotógrafos; consecuentemente, las portadas de las revistas y de los diarios optarían cada vez más por el color. Esta tendencia llegó a ser considerada icónica por algunos investigadores posteriores (Sousa, 2011). En 1984, las olimpiadas de la ciudad de Los Ángeles se convirtieron en el primer gran reto del fotoperiodismo en color.

El uso de la fotografía en los periódicos merece un reconocimiento especial: cambia la visión del público, reconoce la importancia del texto escrito, pero subraya la necesidad de constatar lo que ocurre en los entornos más cercanos al público. Nace una nueva visión del mundo, un mundo que empezará a resultar más pequeño. La fotografía es la imagen y semejanza de todo lo que hace noticia. A este respecto, Morais y Vasconcelos (2011), aclaran que la imagen no tiene únicamente un papel complementario en los medios masivos, sino que es fundamental en la comunicación. Todas las imágenes en los



periódicos tienen algo que atrae, pero al mismo tiempo algo que resulta familiar, ya percibido. El resultado de la visión de esas imágenes serán sentimientos de rechazo, ternura o ira, pero jamás de indiferencia.

La presencia cada vez mayor de la fotografía en los medios impresos cambió la lectura: hay que ver una noticia, no solo leerla. La manera de clasificar las imágenes propuesta por Abraham Moles (2009) puede ser aplicada a la lectura de las fotografías de prensa, cuya pauta se presenta según estos criterios:

- El individuo que se encuentra en la fuente de la fotografía debe proporcionar el pie de ilustración... una imagen sin pie no tiene derecho de acceso a la iconoteca.
- Las imágenes son más fácilmente aprehensibles cuando se encuentran en grupo que cuando se encuentran aisladas [\[24\]](#).
- Toda clasificación analítica es necesariamente deficiente. Cualquiera que sea su principio [...] siempre deja un cierto número de elementos excluidos o desecharados.

La introducción de elementos fotográficos y visuales tomó una nueva dimensión cuando, a partir de la década de 1980, los diarios incluyeron el color en sus ediciones. Uno de los principales objetivos fue la "demostración de la transparencia", que de alguna manera quedó sustentada por las fotografías perfeccionadas en los procesos de impresión. Estos procedimientos y la calidad de imagen de los medios fueron impulsados de manera secundaria por los anunciantes y las agencias de publicidad. Seguidamente y de forma paulatina, el rol de los fotógrafos fue cambiando en los medios. Así como el reportero pasó de ser un descriptor de los hechos a ser un verdadero analista de los contextos, los fotógrafos asumieron el papel de dar a la noticia con inmediatez y valores emotivos. El reportero explica las noticias en pasado o anuncia los eventos del futuro, mientras que Bonni y Hanno (1999) explican que el tiempo del fotógrafo es puramente el presente.

Cada medio de comunicación tiene sus propias reglas de diseño. Los programas informáticos han variado a una velocidad vertiginosa, haciendo que se facilite el trabajo para los editores. Además, los diseñadores gráficos con mayores conocimientos teóricos y prácticos apoyan los procesos de diseño, y participan en la inserción de fotografías en los periódicos.

La conclusión es, como indica Sousa: “Texto e imagen no son convertibles uno al otro y tienen ambos un sitio en el periodismo, poseen diferentes facultades, impresionan de forma diferente, originan percepciones diferenciadas y ofrecen diferentes tipos de información y de conocimiento” (2011, pág. 247). Por su parte, Zunzunegui (2007) propone la existencia de códigos fuertes, entre los que se hallan las lenguas naturales y los alfabetos, y códigos débiles, como las imágenes, que dependen del contexto y de su ubicación espacial^[25].

Progresivamente, la fotografía periodística ha dejado de ser una mera ilustración del texto para definirse como parte de los contenidos periodísticos, con un grado de importancia que iguala a los textos redactados en cuanto a contenido informativo. Al reflexionar sobre uno de los aspectos más notables de la fotografía, su bidimensionalidad, muchos autores someten su impacto e importancia al afirmar que esta característica de la imagen fotográfica reduce la naturaleza tridimensional de la realidad. ¿No ocurre acaso esto con los textos de las noticias de los mismos medios de comunicación en los que aparecen las imágenes?, ¿no reduce también el texto de una noticia, la realidad total a un resumen abstracto?, ¿no cambia la noticia (aún la mejor redactada y con el mayor detalle) el hecho por las palabras?

Por otra parte, la tridimensionalidad y la característica estereoscópica de la realidad, plasmadas en un formato plano, vuelven a tomar su realidad en la mente de los espectadores a través del proceso de observación de la imagen. La fotografía es poseedora de una explicación de una parcela de la realidad: al abrir un pasaporte en una frontera, por ejemplo, la fotografía identifica a la persona y muestra su imagen.



9.1. Relación de la fotografía y el diseño de un diario

Este apartado no pretende hacer un profundo estudio del diseño gráfico de los diarios o adentrarnos en el diseño periodístico, recorrido que puede conducirnos a distintas fuentes como el diseño de diarios o de revistas, cuyos orígenes llevarán por las sendas del diseño gráfico e incluso la historia de la prensa. Para definir el diseño editorial se toma la propuesta de Contreras y San Nicolás, (2001, pág. 58) en el que precisan el diseño periodístico como:

La especialidad del diseño editorial que estudia las tareas intelectuales y procedimientos que permiten elaborar las páginas de un medio impreso que, por excelencia, es la prensa diaria o el periódico y que no es en ningún momento independiente de los procesos propios del periodismo.

Desde que la tecnología hizo posible que en las páginas de los diarios aparezcan impresas fotografías, la comunicación cambió para siempre. A partir de entonces, además de la impresión en color, pocos han sido los cambios que se pueden considerar de tal importancia, salvo la adopción de la fotografía digital como herramienta diaria. La inclusión de los espacios fotográficos supuso una gran ventaja para los editores, pero al mismo tiempo incluyó problemas a la hora de insertarlos porque afectaron el espacio destinado a los textos. Es así que los cambios que introdujo el cajón de fotografías y gráficos generaron nuevos espacios para la organización de los textos, haciendo que estos debieran adecuarse a las nuevas exigencias gráficas. Ese fue el inicio del diseño de la prensa.

La forma de los diarios, como hoy se los conoce, fue uno de los grandes aportes de la escuela suiza, que en su momento propuso la presentación de las páginas de los diarios en función de esquemas y módulos que originaron las retículas. Este esquema regula la colocación de los gráficos, especialmente de la fotografía en su forma más tradicional. En la actualidad es casi inconcebible la existencia de un medio de comunicación sin la utilización de fotografías e ilustraciones. Paulatinamente, el papel de la



imagen empezó a ser protagónico e irremplazable. En la obra *Momentos Estelares de la fotografía del siglo XX*, del Consorcio del Círculo de Bellas Artes, (2006, pág. 65), se resalta esta condición:

Los representantes del constructivismo ruso le concedieron a este tema una importancia decisiva a partir de los años veinte del siglo XX [...] desde ahora, en el centro de interés ya no estará el cuadro autónomo, sino el libro, la hoja volandera, el cartel, la escritura publicitaria. La cámara sustituyó al pincel; la tipografía al lápiz.

Actualmente, los consumidores de medios están muy influenciados por la gran cantidad de medios diversos, desde televisión hasta Internet y desde las hojas volantes hasta el cine, las revistas. La cultura visual ha incluido cientos de imágenes de todo tipo en el menú de los consumidores (convertidos hoy también en productores de imágenes) y el resultado es que los medios se ven obligados a competir con estos formatos. Una de las opciones que tienen es, como lo indica Tena (2005, pág. 7) "Generar mayor espectáculo visual en sus páginas". La principal forma de conseguirlo, luego del uso de grandes tipografías, es la inclusión de fotografías y recursos gráficos que incluyen la caricatura, la infografía, la tipografía y el color. Adicionalmente, Rodrigues (2013), afirma que los diarios muestran una clara tendencia a incluir mayor cantidad de infografía como gestora del conocimiento. Se pueden describir las funciones de algunos de estos recursos en los grados que se detallan a continuación:

Desde el punto de vista de la forma de un diario, se sabe que la variación es escasa de un día a otro, pero en su contenido las diferencias son contundentes. Salvo el caso de seguimiento de una noticia. Esta característica hace que las partes que conforman las páginas del diario estén supeditadas a los contenidos. Contreras y San Nicolás resaltan los desafíos laborales del diseñador cuando indican: "El diseño periodístico es una de esas cosas que cuando está bien hecha pasa desapercibida, para ocupar un protagonismo fatídico cuando el trabajo ha sido mal realizado" (2001, pág. 57).

Pese a estas condiciones en las que los contenidos demandan una concentración mayor en el diseño, la mayor parte de las portadas se logran mediante plantillas preelaboradas para facilitar la labor de los diagramadores. La unión de textos e imágenes genera el mensaje visual global; después, la lectura de los contenidos y su estructura darán al lector el mensaje completo.

Por lo tanto, no es casual que el mensaje textual que se observa en los inicios de la prensa sea hoy más gráfico. Las disputas entre los que Morris (2013, pág. 59) llama “Los hombres de las palabras y los hombres de las imágenes” son ahora mediados por el editor gráfico; o consensuados con la ayuda de los periodistas.

La fotografía cobra especial importancia, ya que ocupa un espacio privilegiado en la portada de los diarios, llegando, en algunas ocasiones, una única foto a abarcar más de la mitad de la superficie de la portada.

Para seleccionar una foto, como afirma García, citado en Zorilla, (2002), es necesario observar su oportunidad, entendida como la capacidad de transmitir información visual; impacto, que comprende la capacidad de atracción de la fotografía a los lectores; posibilidades de diseño, generadas por el fotógrafo para que el diseñador pueda manipular mejor varias posibilidades, y su calidad^[26], que, como ya se ha indicado, es una condición mínima para ser publicada en un diario, a constantes cambios en recursos técnicos es más importante.

Sobre la puesta en página de una foto, Zorilla, (2002, págs. 85-88) recuerda algunas reglas básicas:

- La fotografía, infográfico o ilustración no debería separar el bloque compuesto por el título, y el subtítulo, si lo hubiera, del inicio del texto.
- En el supuesto de que una página incluya más de una fotografía, una de ellas debe destacar sobre el resto. [...] pero desde el punto de vista estrictamente visual siempre será preferible emplear una foto grande que dos pequeñas.
- Es conveniente alejar a las fotografías todo lo posible de la publicidad.

- Hay que agrupar todo lo posible las fotos relacionadas entre sí y separar las que no estén relacionadas.
- Antes de decidir la localización de la fotografía en la página es fundamental analizar sus líneas de fuerza.
- Si siempre es conveniente respetar las líneas de fuerza de la fotografía y utilizarlas en nuestro provecho, aún lo es más en el caso de series fotográficas.
- Rara vez será necesario insertar una fotografía en otra, pero si lo fuera conviene separar claramente las dos imágenes.
- No se debe abusar de las fotografías silueteadas.



9.2. Agenda y edición de fotos en un medio

La fotografía es el testimonio observable de que el periódico estuvo en una noticia, dándole validez a todo este texto que los periodistas hacen día a día. Es un elemento que aporta veracidad a lo que se está hablando. En la prensa, las principales funciones que cumple la fotografía son comunicar y entregar un valor agregado a las notas de la redacción. La fotografía comunica y enfatiza visualmente lo que está pasando. Las imágenes de prensa son parte del archivo histórico del país.

La fotografía periodística es una manera de mostrar la realidad, es considerada una ventana a la realidad indicando lo que ocurrió como una evidencia de los hechos y de las personas. La fotografía es una cuestión puramente comunicativa, cuenta una historia y esta se compagina y se apoya en el texto para enriquecerlo, puesto que la fotografía tiene elementos que no pueden ser descritos en el texto, pero que el lector los va a percibir.

La fotografía contiene un discurso visual que enriquece el contenido del diario.

La fotografía es importante porque se considera que es la cara del periódico. Algunas veces resulta más atractiva la fotografía que las palabras del titular: "Lo que vemos es que la foto sea buena y que interprete la noticia" (J.C. Román, comunicación personal, 15 de mayo de 2014).

Para seleccionar una imagen, eligen siempre como punto de partida una buena composición. Una foto bien capturada está enfocada y con una buena luz. Por otro lado, se valora el aspecto comunicacional: que comunique, que transmita, que cuente una historia. Es muy importante la presencia de personajes protagonistas de la noticia. Es por este motivo que uno de los principios que se inculca a los fotógrafos es a la vez simple y efectivo: un primer plano dominante y un fondo comunicante. Este mismo lema es compartido por los diseñadores gráficos. Las fotografías no son parches para decorar páginas.

No se publican fotos de personas sospechosas de actos ilegales, salvo que hayan recibido sentencia, en cuyo caso deben cubrirse los rostros por procedimientos de desenfoque o mostrándolos de espaldas.

Resulta imposible hablar de un estilo de fotografía definitivo, los fotógrafos deben tener la libertad de trabajar con los temas que les asignan. El objetivo es lograr siempre buenas fotos, bien compuestas, bien enfocadas, bien iluminadas pero, sobre todo, que tengan contenidos comunicativos. El tratamiento gráfico debe ser variado para que el producto sea atractivo para los lectores.

El primer criterio para seleccionar una imagen es la respuesta a la pregunta que se hacen los fotoperiodistas y los editores gráficos: ¿hay que explicar la imagen? Si la respuesta es positiva, la imagen no sirve porque significa que carece de autonomía sin el texto. Aunque por un requerimiento del periodismo, siempre debe haber un pie de foto explicativo, pero no puede ser demasiado extenso ni ambiguo. Otros factores que inciden en la decisión y la selección de una imagen comprenden la presencia de elementos de los que habla la noticia (personajes, referencias de edificios, parques, plazas, direcciones, etc.). Tales contenidos explican la historia, debe haber un contexto más que una aproximación.

9.3. Equipo de un medio de comunicación

En un medio de comunicación, es común que los fotógrafos utilicen cámaras réflex de formato recortado en su trabajo diario. Por lo general, llevan consigo uno o dos lentes y un flash. No obstante, para situaciones especiales, como cubrir eventos deportivos, los fotógrafos suelen contar con lentes especializados (de distancias focales muy largas) que pueden ser compartidos entre ellos, ya que no necesitan utilizarlos al mismo tiempo. De esta manera, logran obtener las tomas necesarias y ofrecer una cobertura completa.

Aunque pueda parecer lo contrario, no todos los medios de comunicación cuentan con fotógrafos que utilizan cámaras réflex de alta gama. De hecho, en algunos casos hemos podido constatar que se utilizan cámaras de gama baja que tienen un lente fijo y no se pueden cambiar. A pesar de que estos equipos pueden tener limitaciones técnicas en comparación con las cámaras réflex, esto no significa que se obtengan fotos de menor calidad. Con la técnica y el conocimiento adecuados, se pueden conseguir resultados excelentes con cualquier tipo de cámara.

Es fundamental tener en cuenta la situación financiera del medio de comunicación para el que trabajamos y adaptarnos a ella. En ocasiones, puede ser necesario trabajar con equipos más modestos, pero esto no debe comprometer la calidad de nuestro trabajo. Debemos tener presente que las metas de una empresa de comunicación se miden a mediano y largo plazo, por lo que la calidad de nuestro trabajo es fundamental para alcanzarlas.

Es importante destacar que tanto las cámaras como los lentes utilizados por los fotógrafos pertenecen siempre al medio de comunicación y no al fotógrafo. Sin embargo, en algunos casos, existe la posibilidad de adquirir los equipos después de un tiempo de uso a través de planes de compra establecidos por el medio. Esta alternativa compromete a los fotógrafos a cuidar el equipo al máximo, ya que su buen estado es fundamental para el



desempeño de sus labores. En otros casos, no existe esta posibilidad de compra y los equipos deben cumplir toda su vida útil en las actividades del medio de comunicación, hasta que quedan completamente obsoletos.

Para garantizar la seguridad de los fotógrafos, muchos medios de comunicación suelen adquirir seguros que cubren diferentes tipos de riesgos, como el hurto, los accidentes o los ataques. No obstante, esta práctica no se da en todos los casos, y dependerá en gran medida de las consideraciones económicas y de la capacidad financiera del medio en cuestión. Es importante tener en cuenta que, aunque la adquisición de seguros pueda resultar costosa, la protección de los trabajadores es fundamental y no debe ser descuidada.

En lo que respecta a su uso, hay medios que exigen que los fotógrafos entreguen todos sus equipos en las salas de redacción al finalizar sus actividades, mientras que otros les recomiendan mantener sus equipos siempre resguardados para poder usarlos en situaciones de emergencia. No hay una norma establecida que determine cuál de estas estrategias es mejor. Es importante entender la dinámica de cada medio, ya que no es lo mismo trabajar para un medio de cobertura y circulación local que para uno nacional, o para un medio impreso de gran tirada que para uno digital especializado y con menor número de visitas.

Por lo general, los medios de comunicación no imponen restricciones en cuanto al número de disparos que pueden hacer los fotógrafos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las cámaras tienen una vida útil limitada que varía entre 100.000 y 500.000 disparos, dependiendo del modelo y del cuidado que se le brinde. Es recomendable que tanto el fotógrafo como el editor tengan en claro la cantidad de fotos que deben producirse para un evento determinado. En algunos casos, se pueden tomar hasta 500 imágenes, mientras que en otros bastarán 10 o 20.



Un fotógrafo experimentado sabrá seleccionar cuidadosamente las mejores fotos para presentar al editor. Generalmente, se recomienda presentar una selección de no más de 10 fotos, idealmente 5, aunque no hay una cifra exacta establecida.



A partir de ahí, el editor deberá coordinar su trabajo con el fotógrafo para asegurarse de que ambos comparten la visión del medio y elegir las mejores imágenes para optimizar el tiempo de trabajo.

En la actualidad, los medios de comunicación están incorporando drones en sus equipos para lograr tomas aéreas. Esta tendencia resulta muy interesante para reportajes y noticias planificadas, aunque su uso es menos frecuente en eventos imprevistos. Es fundamental que la persona encargada de manejar el dron conozca bien los reglamentos que rigen el vuelo de estos dispositivos y cuente con varias horas de entrenamiento para capturar las mejores fotos y videos, evitando interferir en los eventos que se están fotografiando.

El uso de drones en la fotografía y el periodismo puede brindar perspectivas únicas e impresionantes de los eventos y las situaciones que se están cubriendo. Sin embargo, también existen ciertos riesgos asociados con su uso, como la privacidad, la seguridad y la interferencia con otras aeronaves.

Es por ello que se debe tener mucho cuidado al operar estos dispositivos y cumplir con las regulaciones y normativas correspondientes. Cada vez encontramos mayores impedimentos para utilizar drones en ciertos lugares. Muchas veces, se exige una licencia autorizada para pilotar drones o autorizaciones de directores de parques, municipios, y otras entidades.

López (2004), indica la propuesta de revisión para de medios impresos:

- Un diario estará obligado a tener sus propios fotógrafos.
- Los fotógrafos atenderán principalmente la estrategia informativa del medio, priorizando su dedicación a temas previamente seleccionados.
- La calidad de la fotografía de procedencia propia deberá ser máxima, lo que requiere adquirir y disponer de buenos equipos.

- La red de fotógrafos propios alcanzará los puntos geográficos de mayor interés para los objetivos informativos del medio.
- Donde haya un punto de interés, pero no dispongamos de fotógrafo, se contratarán los servicios de una agencia. A esta agencia se le exigirá una especial atención a nuestros centros de interés.
- En las informaciones de interés secundario que sean satisfechas a través de agencias, se exigirá a nuestro suministrador una amplia oferta de fotografías para evitar coincidir con nuestros competidores.
- Se fomentará la compra de fotografías de profesionales ajenos que pueden hacerlas llegar a la redacción de forma rápida.

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades:

[24] En la prensa se torna más difícil esta clasificación por noticias individuales diarias; sin embargo, son agrupadas más fácilmente cuando se la organiza por un tema seguido por los medios de comunicación en varios días o por varios medios de comunicación en la misma época.

[25] Esta afirmación aporta además que la ubicación de las imágenes supone un grado de percepción que influye en la interpretación.

[26] En este sentido, se anota que la calidad informativa puede superar a la calidad técnica.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Busque medios de comunicación impresos o digitales y analice las fotos que se presentan. Compare las fotos de diversos medios para comprender el estilo que tiene cada medio. Siéntase como un editor y seleccione las mejores y las peores fotos de los medios.
2. Participe en la siguiente autoevaluación sobre esta unidad para evaluar el aprendizaje adquirido. Al final de esta guía, podrá comparar sus respuestas con las claves presentadas.



Autoevaluación 9

1. ¿Cuándo se puede marcar un hito en el antes y después de la aparición de las fotografías en los periódicos?

- a. En la década de 1920.
- b. Durante la Segunda Guerra Mundial.
- c. En la década de 1890.

2. ¿Quién fue la primera persona en autodenominarse fotoperiodista?

- a. Erich Solomon.
- b. Joseph Pulitzer.
- c. Carl Carleman.

3. ¿En qué década se introdujeron las rotativas y se consolidó la fotografía en el periodismo de referencia?

- a. Década de 1880.
- b. Década de 1920.
- c. Década de 1950.

4. ¿Cuál fue la revista que se fundó en 1929 y se convirtió en un ejemplo para muchos fotógrafos?

- a. Illustrated American.
- b. The Photographic News.
- c. TIME.

5. ¿En qué década se empezaron a imprimir fotos a color en las revistas y diarios?

- a. Década de 1920.
- b. Década de 1940.
- c. Década de 1980.

6. ¿Qué es el diseño periodístico?



- a. El estudio de las tareas intelectuales y procedimientos para elaborar las páginas de un medio impreso.
 - b. El diseño gráfico de diarios y revistas.
 - c. La especialidad del diseño editorial en el campo del periodismo.
7. ¿Qué cambios introdujo la inclusión de fotografías en los diarios?
- a. Generó nuevos espacios para la organización de los textos.
 - b. Afectó el espacio destinado a los textos.
 - c. Ambas respuestas son correctas.
8. ¿Qué función cumple la fotografía en el diseño de un diario?
- a. Comunicar y enfatizar visualmente las noticias.
 - b. Decorar las páginas y atraer a los lectores.
 - c. Ilustrar el contenido del texto de manera estética.
9. ¿Cuál es uno de los principios importantes para seleccionar una imagen periodística?
- a. Que tenga una buena composición y buena luz.
 - b. Que sea explicativa y no necesite texto adicional.
 - c. Que incluya personajes protagonistas de la noticia.
10. ¿Qué tipo de cámaras suelen utilizar los fotógrafos en los medios de comunicación?
- a. Cámaras réflex de formato recortado.
 - b. Cámaras de gama baja con lente fijo.
 - c. El primer autor.
 - d. Ambas respuestas son correctas.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 1:

Aporta al desarrollo de la cultura visual.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 11

Unidad 10. El recorrido por el fotoperiodismo

Sin adentrarnos en detalle en la historia completa del fotoperiodismo, vamos a repasar algunos hitos y períodos importantes de esta rama de la comunicación.

10.1. Descubrimiento de la fotografía en 1839

La historia de la fotografía entre los años 1839 y 1888 se encuentra marcada por importantes acontecimientos históricos, sociales, culturales y tecnológicos que influyeron en su desarrollo y consolidación como medio de comunicación y arte. En este periodo, la Revolución Industrial a principios del siglo XIX tuvo un gran impacto en la producción y distribución de fotografías, permitiendo una mayor difusión y popularidad de este medio.

La fotografía surgió en un contexto de guerras de colonización y surgimiento de imperios europeos, lo que impulsó la necesidad de registrar y documentar estos procesos históricos. Además, la época coincide con el surgimiento de la nueva clase burguesa que pensó en eliminar sus diferencias con la realeza por medio de la representación visual mediada por la fotografía. La demanda de nuevos formatos fotográficos contribuyó a la creciente industria de imágenes, dando como resultado nuevas empresas.

Los medios de comunicación de la época se sirvieron de los avances de Revolución Industrial y las innovaciones tecnológicas para introducir la fotografía en sus publicaciones, utilizando la tecnología del huecograbado para hacerla más accesible al público. Los periódicos incluyen cada vez más fotografías para que las personas que no podían leer busquen ejemplares por las imágenes insertas en las páginas.

Con la difusión de los primeros periódicos, la fotografía gozaba de la reputación de ser “verídica e inalterable”, lo que contribuyó a su popularidad y uso en distintos ámbitos, como libros, revistas, estampas, tarjetas de visita, entre otros. El daguerrotipo, que permitía una única fotografía en metal, fue reemplazado por el calotipo, que permitía varias copias en papel, lo que facilitó su reproducción y distribución.

La estética artística de la época, aplicada a la pintura, también se mantuvo en la fotografía. Los fotógrafos hacían posar a sus modelos para fotografiarlos imitando poses naturales y espontáneas, y los pintores se asociaban con los fotógrafos para hacer sus retratos, partiendo de la inmediatez de la fotografía; pero mejorando los resultados con colores.

Por otra parte, no cesaban las innovaciones en las técnicas de la fotografía. Una de ellas fue el descubrimiento del proceso de colodión, una técnica fotográfica que permitía mejores detalles de las figuras y amplias gamas tonales, mejoró significativamente la calidad de las fotografías.

En Estados Unidos, las fotos de paisajes ganaron aficionados y los científicos utilizaron la fotografía para inmortalizar sus descubrimientos. En Francia, Nadar hizo fotografías en globo a 80 metros de altura.

La fotografía se empezó a comercializar a gran escala, y los fotógrafos se dedicaron a seguir acontecimientos sociales e industriales, acompañando los emprendimientos industriales y documentando la evolución de la sociedad de la época.



Sin embargo, la fotografía para esos años adoleció de dificultades de portabilidad debido al gran tamaño de los aparatos, lo que limitó su movilidad y utilización en ciertas situaciones. A pesar de estas limitaciones, la fotografía se consolidó como un medio importante para la comunicación y el arte, sentando las bases para su evolución en las décadas siguientes.

En este periodo de la historia, fueron muy importantes los avances que se hicieron en la técnica de fotografía.

10.2. Del periodismo al fotoperiodismo 1888-1936

El período comprendido entre 1888 y 1936 fue una época en la que el fotoperiodismo adquirió una gran relevancia. Durante este tiempo, la fotografía fue ampliamente utilizada para documentar conflictos bélicos, revoluciones y otros sucesos de interés periodístico. La fotografía en general y el fotoperiodismo en particular ganaron popularidad y llegaron a convertirse en una industria próspera. No obstante, también se produjeron algunos fracasos financieros en proyectos fotográficos que buscaban documentar los conflictos bélicos de la época.

Uno de los aspectos más significativos de este período fue el surgimiento de un juicio moral sobre la fotografía. Por primera vez, se planteó la cuestión de si la fotografía podía ser utilizada para engañar a los espectadores, alterando la realidad o creando una imagen falsa de los hechos. La cuestión de la veracidad de la imagen se convirtió en un tema recurrente en la discusión sobre el fotoperiodismo.

Durante estos años, cualquier movimiento bélico o revolucionario fue fotografiado. La fotografía se convirtió en una herramienta esencial para documentar la realidad. No obstante, la fe en la autenticidad de las fotografías eran tan grandes que a menudo se manipulaban las imágenes para hacerlas más impactantes o dramáticas. La fotografía se vio influenciada por la ficción y los montajes, lo que llevó a la creación de imágenes que no eran necesariamente fieles a la realidad. No podemos dejar de mencionar que



algunos medios impresos de aquellos años contaban con un departamento de “reprografía”; es decir, un departamento que se encargaba de recrear algunas escenas de eventos a los que no llegaron los fotógrafos.

A pesar de estas cuestiones éticas, la fotografía se consolidó como un medio de comunicación masiva. Los fotoperiodistas comenzaron a trabajar en publicaciones periódicas, y la fotografía se convirtió en una parte integral del periodismo. La fotografía se utilizaba no solo para documentar los acontecimientos, sino también para ilustrar las noticias y proporcionar un punto de vista visual sobre los sucesos.

A la par, la fotografía fue adentrándose en los hogares gracias a la popularización de las primeras cámaras de fotos (el modelo brownie de Kodak salió a la venta por primera vez en el año 1900). La fotografía se apoderó de los espacios públicos y privados, en la sociedad y en la familia.

El 4 de marzo de 1880, el editor del New York Daily Graphic presentó con orgullo el editorial en el que hace alusión a la naturalidad de la fotografía en las páginas del medio y la posibilidad de publicación frecuente en sus páginas.

La fotografía se enfoca en la captura y divulgación de noticias y acontecimientos de interés público. Para los años comprendidos entre 1910 y 1919, los periódicos franceses con fotografías se popularizaron.

Con el paso del tiempo, los reportajes fueron sustituyendo a las crónicas, y aparecieron las primeras publicaciones especializadas en fotoperiodismo. La aceleración de los tiempos de espera para acceder a la información fue un elemento clave para el desarrollo de los periódicos. La Segunda Guerra Mundial fue un ejemplo de cómo la información influye en las decisiones de toda índole.

En cuanto a la fotografía documental, se define en función de la elección del sujeto y del destinatario. Esta forma de fotografía busca comunicar claramente lo que se quiere expresar sin ambigüedades, aunque sin pretender

ser una imagen totalmente objetiva. El fotógrafo documental debe tener una visión crítica de la realidad, y su trabajo debe reflejar su punto de vista personal sobre lo que está sucediendo en el mundo.

Luego de que los diarios ya se consolidaron, el siguiente paso fue el surgimiento de las revistas especializadas.

La fotografía ha sido un medio de comunicación visual que ha cambiado radicalmente la forma en que percibimos el mundo y la manera en que nos informamos. Uno de los principales factores que impulsaron el desarrollo de los periódicos fue la aceleración de los tiempos de espera para acceder a la información. En un mundo donde la rapidez de la información es crucial, la fotografía jugó un papel importante en la transformación de la prensa escrita.

La Segunda Guerra Mundial fue un ejemplo claro de cómo la información influye en las decisiones de toda índole. Durante este conflicto bélico, la fotografía documental fue un medio fundamental para informar a la población de lo que estaba ocurriendo en el frente de batalla. Los fotoperiodistas documentaron la残酷 de la guerra, capturando imágenes que impactaron profundamente en la opinión pública. Estas imágenes fueron claves en la construcción de la memoria histórica de este evento, y en la conformación de la conciencia colectiva sobre la necesidad de evitar futuros conflictos bélicos.

La fotografía documental se define en función de la elección del sujeto y del destinatario. El fotógrafo documental tiene una intención comunicativa clara: transmitir una descripción del mundo, eliminando cualquier ambigüedad en la imagen sin que esta resulte totalmente objetiva. El sujeto de la fotografía documental debe ser relevante, debe reflejar una realidad que sea importante para el fotógrafo y para su público objetivo. La elección del destinatario también es fundamental, ya que el fotógrafo documental busca comunicarse con un público específico que comparte intereses y preocupaciones.

En definitiva, la fotografía ha tenido un impacto trascendental en la forma en que percibimos y entendemos el mundo. La rápida difusión de la información gracias a los periódicos, junto con la influencia de la fotografía documental, han permitido que la sociedad esté cada vez más informada y consciente de su entorno.

La fotografía ha sido y sigue siendo un medio poderoso para comunicar ideas y realidades, para construir memoria y conciencia colectiva.

10.3. Fotografía sociológica

La fotografía sociológica surgió como una rama del fotoperiodismo que buscaba retratar las condiciones sociales y económicas de los sectores más vulnerables de la sociedad. Uno de sus principales defensores fue el crítico e historiador del arte Beaumont Newhall, quien destacaba la importancia de la técnica y los aspectos estéticos en la realización de estos reportajes, al tiempo que reconocía la necesidad de talento e imaginación para crear testimonios conmovedores.

A diferencia del fotoperiodismo tradicional, en la fotografía sociológica el fotógrafo no se limitaba a ser un observador, sino que se convertía en un investigador que intentaba comprender y mostrar las causas y las consecuencias de las condiciones de vida de los más pobres. De esta manera, la fotografía se convirtió en una herramienta de denuncia social y de concienciación pública.

Las fotografías de la época se conocieron más a través de libros que por la prensa, lo que permitió una mayor difusión y un mayor impacto en la sociedad. La Farm Security Administration (FSA), una agencia gubernamental estadounidense creada en el marco del New Deal de Franklin D. Roosevelt, fue un ejemplo de cómo la fotografía podía ser utilizada para mostrar la dignidad de los pobres y concordar con los principios del gobierno. Sin embargo, los

negativos de aquellas imágenes que no concordaban con esa visión fueron perforados, lo que pone en duda la veracidad y la objetividad de la fotografía como documento.

A pesar de ello, la fotografía adquirió un aura de credibilidad que la convirtió en un instrumento valioso de propaganda, especialmente en Europa, donde fue utilizada con fines políticos durante la Segunda Guerra Mundial. Incluso Hitler reconoció su poder y la utilizó en la preparación de sus discursos y campañas.

La fotografía sociológica surgió como un medio de denuncia social y de concienciación pública, pero su utilización como instrumento de propaganda y la manipulación de los negativos han puesto en cuestión su objetividad y su capacidad para retratar la realidad de manera fiel y veraz. A pesar de ello, la fotografía sigue siendo una herramienta poderosa para influir en la sociedad y mostrar las condiciones de vida de los más vulnerables.

10.4. Nace el fotoperiodismo en Alemania

La fotografía, desde sus inicios en los medios de comunicación, ha tenido una gran influencia en la sociedad. Especialmente en Alemania, los avances en la ciencia y la cultura se publicaban en los diarios, lo que permitió que la fotografía tuviera un papel preponderante en la difusión de la información. En este contexto, se sumaron los inventos alemanes como la cámara fotográfica Leica en 1913 y la cámara Ermanox en 1924, ambas de manejo eficiente, livianas y de tamaño pequeño; pero dotadas con lentes de gran apertura, lo que permitió que los fotógrafos documentaran la realidad de una forma más rápida y eficaz.

Todo tipo de revistas ocuparon un lugar importante en la difusión de la información, ya que abordaban variados temas y se ilustraban con fotografía, cuidando mucho su presentación. Las agencias de noticias, por su parte, se encargaban de buscar la primicia y de proveer a los diarios y las revistas con la información más actualizada.

Las agencias de fotografías nacieron como proveedoras de los diarios y las revistas, y los reportajes se convirtieron en un instrumento clave para estas publicaciones. Además, bajo la influencia de Erich Salomon, nació el concepto de fotografía cándida, que buscaba capturar la realidad de una forma natural, sin poses ni artificios. Salomon incursionó en todo tipo de eventos ocultando su cámara en su sombrero y hasta en una biblia, según cuenta la leyenda. Al poco tiempo se convirtió en un invitado especial en varios eventos sociales.

Sin embargo, en un contexto más oscuro, Heinrich Hoffmann se convirtió en el fotógrafo personal de Hitler y en el más influyente de Alemania y del mundo. Su trabajo, aunque técnicamente impecable, estaba al servicio de la propaganda nazi y de la imagen de un régimen totalitario.

Podemos afirmar que la fotografía tuvo un papel importante en la difusión de la información y la cultura en Alemania, gracias a los avances tecnológicos y al auge de las publicaciones periodísticas y las agencias de noticias. Sin embargo, también fue utilizada como herramienta de propaganda por regímenes totalitarios, lo que demuestra su capacidad para influir en la sociedad y en la historia.

10.5. El periodismo moderno a partir de 1936

Este año marca un hito en la historia del fotoperiodismo; puesto que se fundó la revista *LIFE*, cuyo modelo fue replicado o sirvió de inspiración para futuras publicaciones. Pese a que *LIFE* heredó algunas ideas de la revista *TIME* (fundada en 1923), se preocuparon por tener una calidad sobresaliente tanto en los contenidos, como en el apartado visual. El bajo precio de la revista, de tan solo 10 centavos de dólar, popularizó a esta publicación, que se extendió rápidamente a todo el territorio. Tal crecimiento le permitió contar con auspiciantes que financiaron muy bien a la revista.

Es de acotar el interés de *LIFE* por la vulgarización del arte y de la ciencia. Algunos autores estiman que tan solo en pagar derechos de reproducción de obras de arte, invirtió más de 30 millones de dólares.



Siguiendo a esta revista, se fundan otras como Look, en Estados Unidos; Der Spiegel, en Alemania; *Regards*, en Francia, *Match*, también en Francia (luego pasó a Paris Match).

La fotografía es un arte que ha evolucionado de diversas maneras según el contexto histórico y cultural en el que se ha desarrollado. Una de las diferencias más notables se encuentra en el estilo y los temas de los fotógrafos americanos y europeos. En este sentido, se pueden apreciar enfoques distintos, lo que ha permitido la creación de escuelas de fotoperiodismo con rasgos propios.

Un ejemplo de ello es Henri Cartier-Bresson, quien, durante la coronación del rey George VI en 1937, se interesó más por los espectadores menos privilegiados de la escena que por el suceso en sí mismo. Esta actitud creó una verdadera escuela de fotoperiodismo que perduró al menos hasta los años 70.

En la Unión Soviética, la fotografía tenía un fin bien definido: servir al país de manera constante y conforme a un proyecto. El modelo del pensamiento del país influía en la forma de actuar de los fotógrafos, lo que se sumaba a la censura del gobierno. Esta situación limitaba la libertad creativa de los fotógrafos, quienes debían ajustarse a los lineamientos del régimen.

El trabajo con censura previa marcó el ritmo y la agenda de los fotógrafos, que apuntaron sus objetivos, destacando los proyectos nacionales y evitando la información indeseable.

Por otro lado, en Estados Unidos, Arthur Fellig, conocido con el sobrenombrado Weegee^[27], se convirtió en un referente del fotoperiodismo por su particular forma de trabajar. Instaló una radio con la frecuencia de la policía en su auto, lo que le permitía llegar a la escena de los crímenes o accidentes incluso antes que las autoridades. Sus fotos eran crueles, pero siempre verdaderas, lo que le valió el reconocimiento del público y de la crítica especializada.

En conclusión, la fotografía documental y el fotoperiodismo se han desarrollado de manera distinta según el contexto y las influencias culturales y políticas de cada país. Los fotógrafos se han visto afectados por la censura, las limitaciones creativas y la necesidad de adaptarse a las demandas del público y de las agencias de noticias. Sin embargo, han logrado crear escuelas y estilos propios, lo que ha permitido el enriquecimiento y la diversificación de esta disciplina artística.

10.6. La fotografía de autor humanista

En la historia de la fotografía, el surgimiento de la revista fue un hito que marcó un antes y un después en la manera de concebir y difundir esta disciplina. A partir de entonces, diversos autores se interesaron por temas de diferente índole, que iban desde la vida nocturna de las grandes ciudades, hasta los acontecimientos de moda. Sin embargo, también hubo espacio para abordar reportajes de la pobreza que contrastaron con los excesos y los lujos.

Cada fotógrafo tenía su propio estilo y empezaron a ser reconocidos como autores, lo que les permitió publicar sus fotografías tanto en revistas como en libros. En este contexto, la figura humana y sus acciones en todos los ámbitos empezaron a ser el centro de atención de la fotografía, dando origen a lo que se conoce como el periodo humanista.

Este enfoque humanista en la fotografía permitió que los fotógrafos capturaran la esencia de las personas y sus emociones, así como también documentar la vida cotidiana. A diferencia de los estilos anteriores, en los que predominaban las fotos posadas y artificiales, la fotografía humanista mostraba a la persona en su estado natural. No era extraño que el fotógrafo conviviera con las personas y se adentrara en sus costumbres hasta el punto que su presencia fue natural y pasó desapercibida por los fotografiados.

En este periodo, los fotógrafos también empezaron a experimentar con nuevas técnicas y enfoques, lo que les permitió crear imágenes más impactantes y emocionantes. De esta forma, la fotografía se convirtió en un medio de expresión artística y de denuncia social, lo que generó una mayor conciencia sobre los problemas que aquejaban a la sociedad.

Vemos cómo el surgimiento de la revista en la historia de la fotografía permitió el surgimiento de diversos autores, cada uno con su estilo y temática propia, lo que dio origen al periodo humanista en el que la figura humana y sus acciones fueron el centro de atención de la fotografía. Este enfoque permitió que los fotógrafos documentaran la vida cotidiana y crearan imágenes más impactantes y emocionantes, convirtiendo la fotografía en un medio de expresión artística y de denuncia social.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

[27] Nombre relacionado con una pronunciación incorrecta del juego de ouija, y se debe a la agilidad de este fotógrafo para llegar a los eventos de nota roja, como accidentes, o delitos.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Describa la fotografía sociológica. Luego busque en cualquier fuente un autor referente de este tema y haga un ensayo sobre el estilo de ese autor.
2. A continuación, complete la siguiente autoevaluación donde deberá seleccionar la respuesta correcta a cada una de las preguntas. Al final de esta guía podrá comprobar sus respuestas.



Autoevaluación 10

1. ¿Qué impacto tuvo la Revolución Industrial en la fotografía durante este periodo?



- a. Facilitó la producción y distribución de fotografías.
 - b. Limitó la difusión y popularidad de la fotografía.
 - c. No tuvo ningún efecto en el desarrollo de la fotografía.
2. ¿Qué motivó la necesidad de registrar y documentar procesos históricos durante esta época?
- a. Guerras de colonización y surgimiento de imperios europeos.
 - b. Revoluciones industriales en Estados Unidos.
 - c. La consolidación de la nueva clase obrera.
3. ¿Cómo influyó la burguesía en el desarrollo de la fotografía?
- a. Buscaron eliminar las diferencias con la realeza a través de la representación visual mediada por la fotografía.
 - b. No tuvieron ningún impacto en la fotografía.
 - c. Promovieron el uso de la pintura en lugar de la fotografía.
4. ¿Qué técnica fotográfica reemplazó al daguerrotipo durante este periodo?
- a. Calotipo.
 - b. Colodión.
 - c. Huecograbado.
5. ¿Cómo se utilizó la tecnología del huecograbado con relación a la fotografía?
- a. Se utilizó para hacer la fotografía más accesible al público en los periódicos.
 - b. Se implementó en la fotografía documental para mejorar la calidad de las imágenes.
 - c. No se utilizó con relación a la fotografía.
6. ¿Cuál fue la reputación de la fotografía en esta época?



- a. Se consideraba "verídica e inalterable".
 - b. Se consideraba una forma de arte poco confiable.
 - c. No se consideraba importante en absoluto.
7. ¿Qué formato fotográfico permitía varias copias en papel?
- a. Calotipo.
 - b. Daguerrotipo.
 - c. Huecograbado.
8. ¿Cuál fue una de las innovaciones técnicas de la fotografía durante este periodo?
- a. El descubrimiento del proceso de colodión.
 - b. La invención de la cámara *brownie*.
 - c. El surgimiento de la fotografía documental.
9. ¿En qué país el fotógrafo Nadar hizo fotografías en globo a gran altura?
- a. Francia.
 - b. Estados Unidos.
 - c. Inglaterra.
10. ¿Qué papel desempeñó la fotografía durante este periodo con relación a los acontecimientos sociales e industriales?
- a. Los fotógrafos siguieron acontecimientos sociales e industriales, documentando la evolución de la sociedad.
 - b. La fotografía no tuvo ningún impacto en los acontecimientos sociales e industriales.
 - c. Los fotógrafos se centraron exclusivamente en retratos individuales.

[Ir al solucionario](#)



Semana 12

Unidad 11. El contexto de la fotografía de prensa

Veremos ahora que la fotografía no es solamente un elemento decorativo en los medios; sino que constituye una parte importante de la comunicación. Hoy, más que nunca, se aplica a redes sociales y medios masivos.

Brassaï (citado en Kossoy, 2001), indica que la genealogía de la fotografía tiene un doble sentido: por un lado, es hija del instante vivido, otorgándole carácter documental y por otra, está condicionada por un formato, dando como resultado un producto de “bellas artes”. Así, la fotografía “siempre tendrá un pie en el campo de las artes gráficas y jamás podrá escapar de este hecho”.

Como se indica al inicio de este trabajo, pocos son los investigadores que han concentrado su atención en la fotografía por medios como un instrumento de comunicación y análisis. Sin embargo, la importancia de la fotografía viene dada por la propia naturaleza icónica y su capacidad comunicativa. El hecho de que la fotografía se concrete por medio del uso indispensable de una máquina (cuálquiera que sea su naturaleza) le ha otorgado un aura de credibilidad no vista jamás en la pintura. Aparentemente, se eliminó la intervención del artista en la creación de la imagen, descartando la subjetividad y las limitaciones de copiado del modelo a la imagen. Recuerda Chevrier (2007), que pasamos de las bellas artes a los medios masivos, dejando de lado los procesos artesanales.

La fotografía liberó a la pintura y al dibujo de la responsabilidad de ser exacta, pero al mismo tiempo se autoimpuso esa carga de veracidad. Fontcuberta (2015, págs. 120-121) recuerda que “Cuando la imagen tiene un origen tecnológico, como la fotografía y el cine, tiende a vencer muchos prejuicios y mucha reticencia por parte del espectador en general y del espectador dudoso en particular. La tecnología deviene una garantía de objetividad”. Esta creencia



social fue construida y heredada por varias generaciones que crecieron al amparo de la tecnología como instrumento de veracidad y herramienta para alcanzar el conocimiento

En las fotografías, en especial las insertas en los medios de comunicación, queda manifestado que la imagen no siempre es su referente: no pueden ser catalogadas como la realidad de un hecho, pero es también cierto que las imágenes se basan en un elemento real sin el cual no pueden existir, razón por la que la fotografía de prensa se consolida a sí misma. Por lo tanto, creer en la imagen de un medio de comunicación, o creer en su verosimilitud, no es desatinado, todo lo contrario, resulta un ejercicio rutinario de lectura que no conlleva la duda y que, además, construye el marco de credibilidad y formación de la cultura y opinión en la que se desarrolla la sociedad. Es más, la adquisición y acumulación de conocimiento se logra en parte gracias a las fotografías publicadas en los medios de comunicación. La opinión pública ha sido modificada en más de una ocasión por la confianza que se le otorga a la fotografía.



La foto de prensa no es el resultado de una coincidencia. Detrás de la imagen hay un trabajo de planificación, captura, edición, puesta en página (e impresión en algunos medios).

Vilches (1987, pág. 71), establece seis conclusiones prácticas y globales que se pueden extraer de las relaciones que se establecen en la puesta en página:

- La foto de prensa en ningún momento es más simple que el texto escrito. [...] uno como otro son productos de diversas transformaciones discursivas.
- La foto de prensa no es una ilustración del texto escrito ni tampoco una sustitución del lenguaje escrito. Tiene una autonomía propia y puede considerarse como un texto informativo.
- La foto de prensa se revela particularmente eficaz en ciertos procesos de reconocimiento e identificación, pero sin negar lo mismo para el texto escrito.

- El tipo de proceso discursivo que puede desarrollar el estímulo de la foto de prensa puede ser tan abstracto como el desarrollado por el lenguaje escrito.
- Tanto la foto de prensa como el texto escrito, [...], son elementos textuales que se apoyan en procesos cognoscitivos del lector.
- Podemos decir que bajo ciertas condiciones de comunicación [...] la foto y el texto escrito pueden originar posibilidades para desarrollar ciertos procesos cognoscitivos a través de la información periodística.

La ganadora del Pulitzer, Beatriz Terrazas (2014), sentencia “Una buena historia en imágenes se logra poniendo juntas la buena fotografía y el buen texto. Esa es la base”. [\[28\]](#)

11.1. Las primeras fotos en los periódicos ecuatorianos

Entre los archivos de la fotografía ecuatoriana del siglo XIX, se puede enunciar, como la primera fotografía de fotoperiodismo, la del cadáver del presidente Gabriel García Moreno, víctima de un atentado que acabó con su vida y que fue sin duda alguna la noticia más importante de la época. La única razón por la que no se le asigna tal título, es porque los periódicos de Ecuador no contaban con la tecnología suficiente para su publicación. Una de las primeras fotografías en los periódicos ecuatorianos es la “participación a los funerales de don Horacio Morla, cuyo retrato a una columna aparece en el diario El Telégrafo del 17 de agosto de 1904” (Consejo Nacional de Cultura, 2008, pág. 88).

Aparecieron luego la casa de gobierno, malecón y municipalidad de Guayaquil en octubre del mismo año y posteriormente, en 1905, las fotos del incendio de Guayaquil de 1902, con tres años de retraso. Pero fue definitivamente 1905 el que se consagró como el año que presentaron las noticias con imágenes en los periódicos del principal puerto ecuatoriano. Desde la secuencia de la compra del Crucero Marañón, por parte del ejército ecuatoriano, hasta el reportaje de la muerte de Rosa Elvira Maury de Vie.

Por su parte, El Comercio, de Quito, fundado en 1906, muestra en la primera página de su edición del domingo 27 de enero de 1907 (casi un año después de su accidentado nacimiento en medio de los conflictos nacionales que enfrentaron a liberales y conservadores) la fotografía de su propia oficina y talleres. Luego, en la edición del 25 de junio de 1908, se imprimen en portada, cuatro fotografías: una panorámica de Quito, la Nariz del Diablo (lugar montañoso de difícil acceso y por donde circulaba el ferrocarril), el puente de Schucos y una vista panorámica de Guayaquil, todas ellas con relación al ferrocarril y su recorrido. Las cuatro imágenes cuentan con pie de foto.

Vejedes y novedades, una revista del diario *El Comercio de Quito*, que apareció en febrero de 1909 como parte de la estrategia de este periódico para ganarse al público. Su principal atractivo era la carga de fotografías que contenía.

Enrique Ródenas fue el encargado de proveer de fotograbados a esta pequeña revista que dejó de circular en abril del mismo año “por dificultades insuperables en el servicio de fotograbado”, como lo manifestara el diario capitalino.

En enero de 1911 vuelve a aparecer en escena *Vejedes y Novedades*, anunciándose como revista semanal, esta vez con la colaboración del argentino Enrique Kaors, de quien Carlos Mantilla, cofundador del diario, había aprendido la técnica. Este conocimiento fue extremadamente valioso para el periódico en sus ediciones futuras.

Las portadas de *El Comercio* del 1 de septiembre de 1934 y del 31 de mayo de 1944 presentan en común el retrato de estudio de José María Velasco Ibarra, presidente del Ecuador en 5 períodos diferentes. Estas ediciones corresponden a la posesión del primer gobierno y al retorno de su segundo exilio proveniente de Colombia. Este caso ilustrado en ambas portadas demuestra, en parte, la dificultad y pobreza del fotoperiodismo durante esa etapa del siglo XIX. Anteriormente, la primera infografía de *El Comercio* había sido publicada el 31 de enero de 1909, en referencia a la exposición nacional de ese año. En las posteriores publicaciones imprimen una mezcla de grabados y fotografías. Esta expansión continúa y hacia 1920 aparecen ya en

fotografías publicadas en los periódicos de Guayaquil, el escenario y el público del teatro Olmedo, el equipo de fútbol universitario y hasta del matrimonio Jiménez y Díaz Granados.

En 1921 nace en Guayaquil el diario *El Universo*. Para entonces, gracias a las mejoras tecnológicas, se contaba con aparatos más novedosos y sería más fácil el trabajo de publicar fotografías en sus páginas. Años más tarde incluía la página *ilustrada de fotografía internacional del servicio de la King Features Syndicate Inc.* Esta sección tuvo el epígrafe Especial y exclusivo para *El Universo*.

En los años posteriores aumentó la cantidad de páginas de los diarios, debido a la incursión cada vez mayor de las radios, que con sus emisiones alimentaban a los periódicos. Este crecimiento, sumado a la tecnología fotográfica más fácil y portátil, acrecentaron el interés de las imágenes por parte de los espectadores y el trabajo de los fotógrafos, quienes emprendieron una nueva carrera en los medios de comunicación. Para 1924, cuando nace *El Mercurio* en Cuenca - Ecuador, ya las imágenes fotográficas eran parte habitual de los diarios y revistas. Es así que en *El Mercurio* no es novedad que se incluyan fotografías regularmente.

Hacia 1955, en su página de portada, *El Comercio* anuncia la inauguración del servicio permanente de radio fotos del diario, incluyendo el detalle de las fotos enviadas desde New York y recibidas en Quito. La revista del Consejo Nacional de Cultura (2008, pág. 90) indica:

Ya en 1960, las ediciones de *El Telégrafo* alcanzan 40 páginas que contienen 50 fotografías, algunas en acción, 75 % originadas en Quito y un 25 % de información internacional. En el mismo año, *El Universo* puede mostrar unas setenta fotografías, un 80 % de las cuales corresponden a producción local, aunque muchas no son más que retratos posados provenientes del archivo acumulado durante los últimos años. Del 20 % restante, casi todas, tienen el crédito de Radiofoto UPI.

Las ediciones de los diarios *El Telégrafo*, *Expreso* (*incluyendo la sección expresiones*) y *El Universo*, del 22 de febrero de 2008, dan un total de 92 páginas, más otras 16 en formato tabloide, sumando 271 fotografías. (Consejo Nacional de Cultura, 2008, pág. 91). La cotidianidad con que se publican las fotos acostumbra a los lectores a demandar más imágenes a los medios. Hay una nueva manera de ver el mundo. Fotógrafos como Enrich Salomon, Emmanuel Radnitzky (alias Man Ray), Alfred Eisentaedt Lewis Hine y Jacob Riis influyeron en el estilo compositivo y de tratamiento de la información de los medios. Una nueva fotografía menos formal y más viva fue expandiéndose paulatinamente por todo el mundo.

Esta nueva tendencia de la fotografía estuvo caracterizada por la fotografía humanista y la libre expresión del fotógrafo; “conducirá a una jerarquía de valores entre la foto como espejo de lo real, como interpretación personal de la realidad y como pura creación, siendo esta última la que animaba a los fotógrafos de la libre expresión” (Sousa, 2011, págs. 144-145).

El fotoperiodismo va tomando cuerpo con una estética puramente personal; pero sin distanciarse de la información. Esta mezcla de gusto visual y de contenidos informativos se mantiene hasta nuestros días.

11.2. Noticias y premios

En 1956, cuando se creó el premio *World Press Photo*, se reconoció la necesidad de marcar la importancia y la reflexión sobre la fotografía de prensa. Revisando su historia, se puede constatar que la mayor parte de las fotografías premiadas con el título foto del año están relacionadas con las consecuencias de alguno de los conflictos bélicos en cualquier rincón del mundo; “pero otros tipos de representaciones de la violencia están ausentes: los crímenes comunes, los suicidios, la pobreza, o la violencia en los suburbios” (Sousa, 2011, pág. 153). Estos y otros problemas derivados de ellos son recogidos y publicados por los medios.

Son necesarios, por lo tanto, los siguientes cuestionamientos: ¿estamos haciendo una apología de la violencia por medio de la foto de prensa?, ¿estamos reconociendo que los peores errores del ser humano registrados en la fotografía son los que se premian?

Se puede afirmar que la muerte en vivo, como la de Neda Agha Soltan no tiene por finalidad primordial exaltar la violencia o rendir culto a cierto tipo de imágenes. Las fotos que traen el resultado de crímenes extremos, de guerras y abusos a las víctimas inocentes a las primeras páginas de los periódicos y a las redes sociales tratan el dolor humano como tema primordial. El argumento de venta no es el morbo, es la compasión que aún siente la humanidad por los seres humanos que, por medio de las fotografías, son vistos en las condiciones más vulnerables.

Entre algunas de esas imágenes que se convirtieron en íconos y son utilizados como símbolos, están las de los soldados victoriosos sobre la colina de [Iwo Jima](#), Kim Phuc huyendo de su aldea devorada por el napalm, o la del [monje que se inmoló en las calles de Saigón](#), entre otros tantos. Entre las más recientes, Falling man, de Richard Drew, o El buitre al acecho, de Kevin Carter. Un exceso estético puede resultar contraproducente para representar la crueldad de las guerras; sin embargo, como demostró [Larry Burrows](#), puede funcionar (Sousa, 2011).

En las fotos ganadoras de premios se pueden buscar varias similitudes: encuadres, puntos de vista y perspectivas... pero sobre todo el dolor como lucha de bandos enfrentados. La publicación de estas fotos ha generado en los medios de comunicación y en la sociedad en general varias discusiones sobre los derechos de las víctimas y los deberes de los fotógrafos y de los medios. Las fotografías que exhiben la imagen de cadáveres vulneran los derechos del sujeto en doble sentido: por un lado, el derecho a la propia imagen y, por otro, los derechos de los allegados a la intimidad.

11.3. Nueva visión del mundo

A finales de la década de los ochenta, la visión del fotoperiodismo dio un giro impulsado por varios hechos entre los que destacan la caída del muro de Berlín, el fin de la Guerra Fría, la primera guerra del Golfo, los conflictos internos en países en vías de desarrollo y el uso masivo de la imagen. En cuanto a los medios, la globalización de las tendencias de diseño originó cambios en los diseños de los periódicos y en el uso de fotografías que por vez primera vieron en la tecnología una aliada útil. Con esta evolución se dio paso, además, a la manipulación rápida de las imágenes y a la publicación de esos trucos que fueron detectados por los usuarios.

“En 1996, Associated Press fotografió la Super Bowl XXX, fue la primera vez que un gran evento fue cubierto recurriendo, exclusivamente, a la fotografía digital (Sousa, 2011, pág. 250). Se ve así la consolidación de una nueva era en el fotoperiodismo que hasta el día de hoy no ha parado de evolucionar y traer los avances tecnológicos, dentro de los posibles paradigmas y atendiendo a los modelos de negocio de los medios. Entre esos cambios, la credibilidad de un medio de comunicación muchas veces se ha visto afectada por la intromisión de imágenes alteradas, pero sobre todo por la relación que implica: “Lo que ha arruinado la confianza en el documento fotográfico no es tanto el retoque digital como una creciente conciencia crítica” (Fontcuberta, 2015, pág. 157).

La popularización de la fotografía digital eliminó el negativo como elemento de constatación y abrió la puerta a la duda razonable, no solamente sobre la posible manipulación de la imagen, sino también, y esto es lo más grave, de todos los contenidos. La lógica que siguen los consumidores es *que si me mienten en la foto, mucho más lo pueden hacer en el texto.*

El público en general ni siquiera cuestiona la práctica común en los medios de comunicación de encuadrar las fotografías y de calibrar los colores de acuerdo a la limitación de sus propias tecnologías (sobre todo de impresión) y sus intenciones.



Como conclusión, hay que resaltar que la tecnología digital no genera el descrédito por sí sola, pero la historia demuestra que lo ha acelerado. Es el uso que se da a esas herramientas el que forjará o no credibilidad en la fotografía y en los medios. Es posible que los contenidos de la fotografía de prensa y su calidad no hayan superado su mismo nivel desde hace varios años. Pese a que la tecnología ha visto superadas sus barreras hasta límites insospechados, y hoy en día, la capacidad casi infinita de las máquinas fotográficas está al alcance de todos los medios de comunicación escritos, la formación de los fotógrafos no ha cambiado, incluso se puede observar con pesar que no hay una especialidad de fotoperiodismo en Ecuador.

No se puede adjudicar este error únicamente a las universidades e institutos que alguna vez indican a los profesionales en formación como manejar una cámara. Parte del problema radica en que los periodistas no ven en la fotografía algo apasionante ni económicamente rentable para el futuro. Sus intereses están concentrados en la producción y realización audiovisual (más aún cuando es conocido que los medios digitales tienen la capacidad de incluir video en sus ediciones), en los nuevos medios, y en las salas de redacción de los medios de comunicación de mayor envergadura. Tal vez sea un reflejo de la sociedad, lo que ha hecho de los fotógrafos personajes poco importantes o los peor pagados dentro de las empresas de comunicación.

Los periódicos deben buscar el modelo de negocio que les permita mantener y renovar a los lectores, puesto que la tendencia actual de las nuevas generaciones es a informarse utilizando dispositivos electrónicos, dejando de lado la versión en papel. Una de las soluciones es hallar el balance entre noticias y entretenimiento, tal y como se está viendo en la actualidad de los contenidos y de la imagen.

Se suma además el debate que se inició a partir de la propuesta de Barthes, que niega que las fotos de prensa son fotografías artísticas. A este respecto se han tomado dos direcciones muy claras y bien definidas que defienden cada uno de los bandos: por un lado, quienes sostienen el valor estético y el arte de la fotografía y por otro, los que plantean que la fotografía no propone un arte específico debido al carácter técnico que implica su realización.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

[28] Traducción del autor.



Actividades de aprendizaje recomendadas



1. Explique en sus propias palabras por qué la foto es importante en los medios de comunicación.
2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta. Al final de esta guía, podrá comprobar las respuestas correctas.



Autoevaluación 11

Responda cada pregunta seleccionando la respuesta que considere correcta a cada una de las preguntas planteadas.

1. Según Brassai, ¿cuál es el doble sentido de la genealogía de la fotografía?
 - a. Documental y artístico.
 - b. Histórico y social.
 - c. Instante vivido y formato.
2. ¿Por qué la fotografía otorga un aura de credibilidad no vista en la pintura?
 - a. Porque elimina la subjetividad del artista.
 - b. Porque se basa en elementos reales.
 - c. Porque utiliza la tecnología como instrumento de veracidad.
3. ¿Cuál es el papel de las fotografías en los medios de comunicación?
 - a. Representar la realidad de los hechos.

- b. Construir credibilidad y opinión pública.
c. Sustituir al texto escrito en la comunicación.
4. Según Vilches, ¿qué conclusiones se pueden extraer sobre la foto de prensa?
- a. Es más simple que el texto escrito.
b. Es una ilustración del texto escrito.
c. Tiene una autonomía propia y puede considerarse como un texto informativo.
5. ¿Cuál es la base para lograr una buena historia en imágenes, según Beatriz Terrazas?
- a. La buena fotografía y el buen texto.
b. La composición visual y el contexto histórico.
c. La manipulación de la imagen y la persuasión verbal.
6. ¿Cuál fue la primera fotografía de fotoperiodismo en Ecuador?
- a. El cadáver del presidente Gabriel García Moreno.
b. La participación en los funerales de don Horacio Morla.
c. La casa de gobierno, malecón y municipalidad de Guayaquil.
7. ¿En qué año se consagró como el año en que se presentaron las noticias con imágenes en los periódicos de Guayaquil?
- a. 1902.
b. 1904.
c. 1905.
8. ¿Qué diario fundado en 1906 mostró en su primera página la fotografía?
- a. El Telégrafo.
b. El Universo.
c. El Comercio.



9. ¿En qué año nació el diario El Universo en Guayaquil?

- a. 1911.
- b. 1920.
- c. 1921.



10. ¿Qué premio se creó en 1956 para reconocer la importancia de la fotografía de prensa?

- a. World Press Photo.
- b. Pulitzer Prize.
- c. National Geographic Photography Award.



[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 3:

Conoce la dinámica del área gráfica de un medio de comunicación escrito.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 13

Unidad 12. Claves del fotoperiodismo

¿Cómo se forma un fotógrafo de prensa? No es una pregunta simple y puede tener muchas respuestas. Vamos a estudiar en la unidad 12 algunas de las condiciones básicas que debe tener un profesional en esta área.

“La fotografía es el fotoperiodismo; el resto es pintura”

Christian Boltanski (1999).

Para adentrarse en un estudio de la comunicación por imágenes, cualquiera que sea su origen, hay que reconocer que estas, en el sentido más estricto, no son la realidad, pero provienen de ellas. La percepción de una imagen supone un contacto con una realidad que es copia de otra realidad (Alonso y Mantilla, 1980). Más aún cuando la imagen es material, es decir, cuando cuenta con un soporte físico, como en el caso de periódicos y revistas. A este respecto, la urgencia de la fotografía en los medios de comunicación impresos ha sido destacada desde su aparición. Ya el director del *Illustrierte Zeitung*, anunciaba, como lo señala Ledo (1998, pág. 69) “El reto para la foto está en la velocidad de realización y de reproducción. En pasar del acontecimiento a la actualidad”.

Hasta hoy, el fotoperiodismo no ha dejado de ser editado, aunque las plataformas digitales lo han acogido de buena manera y le han permitido multiplicarse aceleradamente. Consecuentemente, los nuevos soportes dieron paso a fotoperiodistas neófitos que de buena voluntad comparten su trabajo.

Los aportes de los colaboradores son gratuitos y en muchas ocasiones de buena calidad. La diferencia con un fotógrafo de planta o profesional es que este último tiene la posibilidad de entregar una mayor cantidad de imágenes para seleccionar la mejor, conoce el medio y sabe lo que busca. Como profesional formado, entrega el material identificando a los personajes, lugares, nombres, y otros detalles importantes.

Una de las desventajas de los fotoperiodistas es que no pueden estar en varios lugares al mismo tiempo, por eso los reporteros y fotógrafos ciudadanos son acogidos por los medios. Se puede decir que el futuro del fotoperiodismo es buscar esos lugares a los que los ciudadanos no tengan acceso azaroso. La búsqueda de buenas historias gráficas que interesen al público serán la ambición de los medios. "No está forzando al fotoperiodismo a ser igual que el arte donde está la receta para el periodismo fotográfico de hoy" (Sousa, 2011, pág. 187). Deberá enfocarse en la narración de historias agradables para el público.

Sin embargo, buena parte de las fotografías ganadoras de premios a escala internacional guardan ciertos cánones estéticos y compositivos equiparables con las obras clásicas del renacimiento y aquí es imprescindible citar las fotografías de Hocine Zaourar (World Press Photo 1998), Samuel Aranda (World Press Photo 2011), Manu Bravo (Pulitzer 2013), en las que se puede hallar dos elementos comunes: el dolor ante el sufrimiento de un hijo y su parecido con la Piedad Miguel Ángel Buonarrotti, presentes en la figura 61:

Figura 61

Dolientes en distintos lugares y épocas



Nota. Adaptado de La historia detrás de la foto del año [Fotografía], por Phil Coomes, 2012, [bbc](#), CC BY 2.0

Con el surgimiento de *Internet*, los medios de comunicación tuvieron que adaptarse a nuevas plataformas en las que los contenidos varían y se multiplican. Allí se concentran textos, fotografías, videos, encuestas y vínculos a redes sociales. Estos hechos trajeron como consecuencia nuevas transformaciones de los medios escritos y sus diseños. Esta nueva influencia significa un mayor tamaño y número de fotografías en las páginas de los medios de comunicación.

Hay muy poca diferenciación visual en los medios escritos diarios; el reto será encontrar imágenes con calidad que puedan destacarlos del resto. Para alcanzar este objetivo, los esfuerzos deben superar la compra de imágenes de agencias internacionales y empeñarse en que sus páginas alberguen mejores imágenes. Esto solo se puede lograr mediante la formación constante de sus fotógrafos y editores de imagen, una agenda bien planificada y búsqueda de temas que sean más atractivos para los lectores.

Los reportajes que dieron origen al fotoperiodismo pueden reanimar el futuro de los medios.

Para los consumidores de medios será una ventaja encontrar en sus publicaciones temas de interés social, político, religioso, deportivo, entre otros, siempre que contenga información de calidad. Acudir a las versiones digitales de los diarios será una opción para colecciónar información por medio de descargas y contenido multimedia. Ejemplos de esta combinación de texto e imágenes apreciados por el público se han visto en las revistas de referencia como Vu^[29], heredera también del estilo alemán de principios del XX. “Sin Vu, como más tarde reconocería el fundador de *LIFE*, Henry Luce, esta última revista no habría existido” (Sousa, 2011, pág.109).

“La tradición gráfica se convirtió en una necesidad y esta evolucionó hasta un consumismo estético del que hoy todos somos adictos” (Sontag, 2015, pág. 43). La imagen se convirtió en estética a partir de su aparición en los medios. La intervención técnica del hombre para lograr una imagen atractiva es fundamental, (esto es tan feo que me parece bello); pero también lo es su pensamiento: esto que estoy fotografiando es un mensaje importante para alguien.

Los medios de comunicación aprovecharon el potencial de la fotografía y del conjunto gráfico informativo, explotaron el potencial de los fotógrafos y creció exponencialmente el número de secuencias fotográficas, fotorreportajes y fotoensayos (Sousa, 2011, pág. 97). Se puede decir que los medios, para su difusión, estaban esperando un detonante como la foto. Tal vez no sabían que algo así se podía lograr cuando se iniciaron como periódicos o como revistas; y viceversa, la foto halló en los medios una perfecta catapulta. La fotografía no sería hoy lo que es si no fuera por los medios de comunicación y ellos, a su vez, dependen de la fotografía.

El sistema réflex de un solo objetivo (lo estudiamos en la unidad 4) nacido en 1933 permitiría que los fotógrafos trabajaran con más facilidad, con resultados más exactos en enfoque y encuadre, lo que significó una mejor definición de los temas tratados. Con este sistema, las revistas ilustradas y el fotoperiodismo se transformaron definitivamente y se expandieron a todo el planeta.

De acuerdo con Sousa, la forma de trabajo de los fotoperiodistas adquirió una nueva dirección, influida por algunas de las ideas de Lorant, entre las que destacan la relación afable entre editor, fotoperiodistas y redactores; presentación de proyectos por parte de los fotoperiodistas, redactores y los editores; libertad de los fotógrafos en cuanto al manejo de las temáticas; competencia específica del editor en cuanto a:

- Seleccionar las fotografías presentadas y preseleccionadas por el fotoperiodista.
- Estructurar un layout ^[30] general que consagrara la atención a los pormenores, combinando tamaños y disposición ordenada de las fotografías con los necesarios pies de foto.
- Revisar y rehacer el componente textual (títulos, pies de foto, etc.), de modo que se evitasen rupturas, cortes en las líneas, etc., y elaborar un texto no redundante con relación a las fotos, pero que las complementase, las explicase y, contextualizase o incluso las ilustrara (2011, pág. 93).

El auge al que llegó el fotoperiodismo hasta antes de la Segunda Guerra Mundial se vio opacado por la presión que Hitler ejerció sobre trabajadores de periódicos y revistas que se vieron obligados a huir para escapar del régimen impuesto. Esta forzada migración dio paso al crecimiento del fotoperiodismo nacido en Alemania en otras latitudes, como el Reino Unido o Estados Unidos, con publicaciones como Picture Post o LIFE, entre otras. Mientras tanto, en Alemania, Heinrich Hoffman, amigo personal del dictador alemán, se convirtió en el fotógrafo con más poder en Europa. Sus prácticas de postura previas a los discursos son la muestra más evidente de la fotografía ideológica que la Unión Soviética adoptó y aplicó esmeradamente en sus medios impresos.

Ahora, le invito a profundizar la temática, revisando la siguiente infografía “[Influencias en el fotoperiodismo norteamericano](#)” donde podrá conocer algunos factores sociales y culturales que colectivamente contribuyeron a la transformación y crecimiento del fotoperiodismo en la sociedad norteamericana.

Para consolidar las ventas, las revistas y periódicos debían ser atractivos para el lector. De alguna manera se usó en los medios impresos la ilusión de un mundo mejor como elemento vendedor. No podían presentarse con temas impactantes o escandalosos. De hecho, esta tradición se ha mantenido hasta la actualidad en las revistas familiares, dejando paso a revistas y diarios especializados en noticias sensacionalistas.

12.1. Perfil del fotoperiodista

Hoy los fotógrafos documentales están probablemente más interesados en conocer y comprender que en transformar el mundo”

(Sousa, 2011, pág. 210).

La prensa diaria requiere de una planificación difícil de articular, debido a que los asuntos puedenemerger en momentos imprevistos, además de los temas ya establecidos. El editor gráfico o jefe de fotografía debe procurar que los fotorreporteros estén en el lugar y momento adecuados y, a continuación, asegurarse de que las fotos lleguen de inmediato. Además de organizar a los fotógrafos del propio periódico, el editor de fotografía (o gráfico) valora las fotografías que envían las agencias y las que presentan los fotógrafos independientes (Keene, 1995).

Ricardo Ferro, exdirector de fotografía del *San Petersburg's Time*, define el perfil de un buen fotógrafo: editor, redactor, director, responsable, puntual, astuto, detective, prestidigitador, diplomático, explorador, mecánico, escurridizo, invisible, francotirador, con buenos modales, técnico de computación, experto multimedia y multilingüe. Además, en sus imágenes debe considerar el impacto/sensibilidad, información, composición, contenido, iluminación, estética gráfica, calidad técnica, carga emocional, interacción, creatividad, punto de vista, magnitud, capacidad de educación, capacidad de entretener y sorprender. Se deduce que el perfil de un fotoperiodista es mucho más complejo de lo que se puede pensar inicialmente.

Lo más complicado en este ejercicio es preconcebir en la mente la imagen antes de fotografiar, componiendo e imaginando la visión a través de la lente de la cámara. Tomando en consideración que, como acota Sontag (2015, pág. 21), “Todo uso de la cámara implica una agresión”.

Si el fotógrafo de prensa está en un lugar determinado, es por la naturaleza de su trabajo, está comprometido con un medio, pero sobre todo con el público y con la ética profesional. Se comprende mejor por medio de una de las sentencias de Cartier-Bresson cuando reflexionó que “para significar el mundo es necesario sentirse implicado en lo que se encuadra a través del visor”. En palabras del primer fotógrafo ecuatoriano que trabaja para *National Geographic*, Pablo Corral Vega^[31]: la persona que fotografías es más importante que la foto que vas a tomar. El fotoperiodismo, en su sentido más literal, no permite preparativos, ni montajes, ni puestas en escena. El éxito del fotoperiodismo está en el conocimiento y no se limita al simple manejo técnico, sino al conocimiento de la historia que genera los hechos que está a punto de fotografiar.

La tradición de la fotografía humanista viene desde hace varias generaciones. Se considera uno de los más destacados a Cartier-Bresson, indicando que en sus fotos se reconoce la visión del autor que utiliza la cámara como instrumento de transmisión de su pensamiento. Hay que introducir aquí el concepto de *candid photo*, del que Erich Salomon es el pionero es el fundamento del fotoperiodismo. Los atrevimientos de Salomon, convertidos en leyendas, incluyeron esconder la cámara en un sombrero, una biblia, o hacerse pasar por diversas personalidades, entre ellos un sacerdote o a un presidente invitado. El fotoperiodista debe ser invisible y pasar desapercibido por las personas fotografiadas; con la finalidad de que la fotografía sea más real y menos posada: fotos en las que haya pose no deberían ser consideradas fotoperiodísticas, aunque haya muchos ejemplos de ello.

Desde luego, lograr una fotografía que funcione bien en un medio de comunicación, no es una tarea fácil. El fotógrafo debe lidiar con muchos inconvenientes como falta de luz, movimiento constante del sujeto a fotografiar o, aún peor, el sistema compuesto por militares, policías, guardias y

empleados que no permiten el acceso del fotógrafo a los sitios donde se generan las noticias. La siguiente batalla es contra el tiempo: la hora de cierre del diario y la agenda con muchos temas para cobertura.

Un reportero fotográfico ha de tener una paciencia infinita, y nunca perder los nervios; debe estar al corriente de los acontecimientos y saber el momento y la hora en la que se producirán. Si fuera necesario, debemos servirnos de toda clase de astucias, aunque no siempre salgan bien (Freund, 2011, pág. 105).

Para realizar una foto de prensa se requiere de tres elementos constitutivos: asunto a fotografiar, fotógrafo y tecnología (Kossoy, 2001, pág. 31). De estos, únicamente el primero es imparcial y objetivo, puesto que el fotógrafo tiene una intención marcada por su experiencia personal o por la línea editorial del medio para el que trabaja y utilizará la tecnología para lograr su finalidad. Este concepto es reforzado por Costa (2008), cuando explica que el resultado del mensaje fotográfico es la interacción entre el objeto, el fotógrafo y la técnica.

La formación para las nuevas generaciones de fotoperiodistas debe considerar aspectos como la cultura de las empresas, de las editoriales de fotoperiodismo y de las redacciones. Para Sousa (2011, pág. 274), los cambios en las culturas de empresa deben enlazar:

- a. Una esfera de libertad – creatividad - responsabilidad que debe ser otorgada a los fotorreporteros; con b) Una diversificación productiva capaz de satisfacer no solo el mercado tradicional sino también las nuevas exigencias de los *quality papers*; con c) Los nuevos imperativos éticos – deontológicos que emergen en el campo fotoperiodístico y d) Las (nuevas) necesidades de educación / formación en los campos del (fotoperiodismo, ciencias sociales, técnicas y tecnologías”.

Por su parte, Martin Keene (1995), remarca que el calificativo de fotoperiodista se diferencia del fotógrafo de prensa en el sentido que el primero tiene la percepción más agudizada que la de un periodista: Investiga, conoce y reconstruye la historia por medio de las imágenes tal como el redactor lo hace con las palabras.

No se puede pretender que en estos tiempos tan llenos de web 2.0 y de aplicaciones para distorsionar las imágenes digitales, el fotógrafo ocupe el puesto que ocupó antaño, llegando incluso a superar a los propios redactores y escritores de las noticias, pero sí es necesario reconocer la labor de los fotoperiodistas y su trabajo, sobre todo cuando reúnen experiencia, talento y compromiso con el periodismo.

Varios investigadores concuerdan en que el desarrollo de la fotografía coincide con los avances de la guerra. Sousa (2011), afirma que la guerra hizo a los fotoperiodistas un cuerpo experimentado y de estatus reconocido.

12.2. Formación de los fotoperiodistas

El eje principal sobre el que gira la calidad de un oficio es la formación. La fotografía es una de esas actividades en las cuales la formación puede marcar una diferencia con los no formados o empíricos. Se ha progresado mucho desde los años en los que el grupo de fotógrafos estaba conformado por un variopinto conjunto de hombres y mujeres provenientes de mundos muy dispersos. Morris (2013, pág. 63), lo recuerda: “Para convertirse en fotógrafo de *LIFE* no era necesario ser titulado universitario [...] los fotógrafos de *LIFE* eran de todos lados y habían ejercido las más variadas profesiones”. Cosa que sucedió también en los inicios del periodismo, donde la información se confundió mucho con la opinión.

La formación de los fotoperiodistas no debe limitarse al trabajo técnico, el dominio de las cámaras como herramienta y control de luz en diversos ambientes. Doménech (2014), acierta cuando describe la fotografía como “Un dispositivo culturalmente codificado y, por tanto, necesita de una educación específica para conocer su lenguaje. Esta educación para ver y después contar con imágenes es un agente fundamental para ejercer la de fotoperiodista con éxito”. Por su parte, Castellanos (2010: b) destaca que un equipo sofisticado desde el punto de vista técnico puede ayudar a los fotógrafos, pero que una imagen relevante de la imagen solo la puede generar un ojo educado.

La persona que quiera comunicar por medio de imágenes fotográficas debe comenzar por aprender de las imágenes, es decir, debe tener la capacidad de apreciar los contenidos de las fotografías y saber interpretar la influencia que alcanza en un contexto determinado. La formación de los fotógrafos en cuanto a comunicación y significación debe alcanzar los máximos niveles posibles en actualidad y constancia. Este es un factor vital en un contexto social sobresaturado de imágenes cuyo alcance y comprensión pueden ser complejos y difíciles de comprender. La influencia del fotoperiodismo sobre el pensamiento y la opinión pública, como acota Fontcuberta (2003, pág. 178), es muy alta, por esa razón: "Es importante que el fotoperiodista posea (además de la maestría esencial de sus herramientas) un fuerte sentido de integridad y la inteligencia necesaria para poder entender y presentar un tema correctamente".

Para los editores de fotografía, esta representa una forma de comunicación que no únicamente resulta atractiva para los lectores, sino que es un componente esencial en el proceso de producción de la información y de su transmisión. Es de esperar, por lo tanto, que siendo la fotografía un elemento de alta valoración para los medios impresos, sea un campo atendido prioritariamente en las escuelas de comunicación social y periodismo, sin embargo, en Ecuador no es así.

Este panorama nacional indica las condiciones actuales del fotoperiodismo. Es necesario indicar que en algunas de las universidades la asignatura es de libre opción para los estudiantes que deseen cursarla, es decir, una parte de los comunicadores sociales no habrá adquirido los conocimientos necesarios en esta parte de la comunicación impresa. Asimismo, otra porción de las universidades incluye los contenidos de fotografía como talleres (con duración corta) en los que se imparten los contenidos teóricos y prácticos. Por lo tanto, si dentro de las escuelas de comunicación no se concibe la fotografía como un componente relevante en los medios impresos, no se puede exigir calidad en los medios de comunicación.

Aunque no hay una definición universal ni guías definitivas que indiquen los requisitos de un fotógrafo de prensa, se puede afirmar que hoy en día los fotorreporteros deben reunir, además de gusto por la fotografía, la capacidad de trabajar en video y en edición. Otras características mínimas son la disponibilidad absoluta, predisposición para trabajar bajo presión, creatividad y, por supuesto, talento y buen ojo fotográfico. De igual modo, no se puede olvidar que para formar a un fotoperiodista es indispensable inculcar el interés y el análisis de la evolución de la fotografía, en sus contenidos y en sus significados. Además de la actualización en los cambios tecnológicos, el estudio de los cambios semánticos, influenciados muchas veces por los conflictos bélicos internacionales, resulta un recurso indispensable para los fotógrafos. Como señala Castellanos (2010a, pág. 69), “La única manera de disminuir la cantidad de retratos simples es sustituyéndolos por fotos más originales que reflejen con precisión el tema en cuestión”.

Por su parte, Amar (2005), reconoce que, pese a los cambios en las plataformas de difusión, los fotoperiodistas conservan su motivación por informar; y esto es vital para las nuevas generaciones. No se debe olvidar que la función del fotoperiodismo es primordialmente informar. La manera de hacerlo depende del conocimiento que el fotógrafo tenga sobre el evento que va a fotografiar, del medio en el que se va a publicar las fotos y hasta de los lectores de los diarios, porque la información que se plasme en los medios de comunicación es una huella, una evidencia que queda plasmada en el imaginario y en el recordatorio colectivo. Monegal (2007, pág. 32), lo deja muy claro: “El trabajo tiene mucho más que ver con los hechos y mucho menos con la buena fotografía. Ya no me importa tanto la buena fotografía. Estoy reuniendo evidencias para la historia, para que recordemos”.

El trabajo de los fotoperiodistas está muchas veces condicionado por aquello que ven, es decir, por el propio ejercicio de fotografiar. Se alimenta también de las imágenes de colegas y de fotos de agencias internacionales. Es un ejercicio que no siempre resulta fácil y que no cualquiera puede asumir con naturalidad. Gervasio Sánchez (2007, pág. 181), sentencia: “Hay que aprender a mirar, a reflexionar sobre lo que se mira, en definitiva, a enfrentarse a un trabajo con seriedad”.

Sería conveniente, además, abarcar el ámbito temporal de acción en el que trabajan los fotoperiodistas, definidos en:

- a. **Diarismo.** - Permite menor flexibilidad en el tiempo y mayor presión para los fotógrafos y para los editores. Hay menos libertad para el trabajo.
- b. **Fotografía de reportaje.** - Más ejercido por los fotógrafos free lance y por muy pocos fotógrafos enrolados en los medios. Tiene mayor tiempo de ejecución que puede variar de una semana a un mes y en ocasiones más tiempo.
- c. **Documentalismo.** - Es un trabajo que ocupa mucho tiempo. Un ejemplo es el proyecto "Vidas Minadas" de Gervasio Sánchez, que ha llevado más de veinte años.

A estas tres variables se debe sumar que la fotografía ha sido, desde su aparición en los medios, una forma de constatación. "Cuando la publicación es creíble, la foto tiende igualmente a conseguir mayores niveles de credibilidad" (Sousa, 2011, pág. 269).

La tendencia de la profesión apunta a la conformación de equipos de trabajo mejor consolidados, Arroyo (2011), indica que la infografía y el fotoperiodismo deberán trabajar en conjunto para entregar más beneficios a los lectores.

12.3. El texto de la noticia y la fotografía de prensa

¿Se puede minimizar el rol de la fotografía en la prensa diaria?, ¿se puede prescindir de la información que proporciona con el simple hecho de ignorarla?

Kapuscinsky, (2002) citado en Doménech (2005), da una pauta:

Generalmente, ignoramos las fotografías. Vemos decenas de ellas cada día. Y no nos damos cuenta de que para comprender las fotografías y la literatura, es necesaria una participación activa. No se pueden comprender las fotografías si uno no se pone como creador activo. Cada fotografía y cada relato necesitan de dos componentes: el que ha realizado la fotografía, ha pintado un cuadro, ha escrito un relato y, al mismo tiempo, el que observa o lee activamente.

Se puede describir la imagen periodística como un elemento conformado por varios factores, entre los que se pueden indicar los elementos materiales que la componen y los elementos que representa. Las relaciones entre tales elementos (y personajes) son las que definirán los significados que aporta la imagen y las interpretaciones que conlleva. Para hacer una correcta interpretación de las relaciones de significado de una imagen es necesario poseer un sistema teórico-conceptual previo o por lo menos, un conocimiento de los elementos mostrados, en caso contrario resulta un ejercicio más complejo que puede derivar en interpretaciones sesgadas, equívocas, o por lo menos vagas y difusas.

La complejidad de una imagen, como apunta Doménech (s/f), está relacionada con el hábito y la educación visual. Al igual que ocurre en otras ramas, la práctica de la lectura forma consumidores críticos y constructivos. La educación visual, como se señaló anteriormente, es una cuestión más limitada desde el punto de vista formal/académico.

En la fotografía de prensa no se pueden separar sus elementos constitutivos: se interpreta como un todo en el que cada elemento es fundamental.

Para aprender a leer las imágenes hay que partir de varias preguntas que son fundamentales: ¿de qué me sirve esta imagen a mí?, ¿sirve a la sociedad?, ¿qué significado tiene?, ¿qué importancia tiene?, ¿está afectando a alguien?, ¿quién la presenta?, ¿por qué lo hace?, ¿hay algún interés de por medio?, ¿de quién procede?

Por su parte, una nota periodística, es una estructura donde el titular articula la foto y el texto. Toda la estructura funciona como un único elemento y los componentes individuales no existen sin los otros componentes. La dimensión comunicativa de la estructura será siempre diferente para cada nota. Al ser una estructura creada mediante códigos, conocimientos y técnicas de carácter universal (textos), la interpretación deberá ser homogénea. Puede darse, sin

embargo, ocasiones donde las interpretaciones de la estructura sean erróneas, por intervención de características propias de cada lector. Una vez superada esta etapa de interpretación de la estructura, empieza el proceso de opinión.

Como indican Caballo y Caballo (2011, pág. 241), la información icónica posee aspectos positivos como su aporte documental, complementariedad de los hechos informativos, contextualización, etc. Pero posee también elementos negativos como la posible distorsión de los hechos, superficialidad en el tratamiento de los hechos, intromisión en la vida de los personajes, subjetividad, etc.

Esa contextualización, como indica Laguillo (2003) citado en Doménech (2005), “depende no solo de su contenido, sino de cómo se presenten”. Añade además que hay otros elementos que pueden afectar a la fotografía periodística, tales como la compaginación, los textos e incluso el lugar donde se ha colocado la foto dentro de la página (en los medios escritos). Estos son factores que en la mayoría de los casos no pueden ser controlados por el fotógrafo.

12.4. El pie de foto

En el libro denominado: “Guerra contra la guerra”, Ernst Friedrich^[32] enaltece la importancia del pie de foto. Sobre todo en la sección “el rostro de la guerra”, cuyos epígrafes fueron escritos en alemán, francés, holandés e inglés, pese a que las imágenes presentadas son lo suficientemente explícitas en el contexto del libro que las presenta. Aun así, las palabras a pie de página completan el mensaje para que no haya posibilidades de una interpretación equívoca.

Sontag (2010, pág. 56), propone un cuestionamiento sobre el papel del pie en cada fotografía. Bien, es al mismo tiempo una inducción a mirar que reitera la dificultad de hacerlo [...] “¿puedes mirar esto y soportarlo? Un pie afirma: “No se puede mirar”. Desde luego, el interrogante propuesto se justifica en el sentido de la foto, choque^[33]. Sostiene el adagio popular de que una imagen vale más que mil palabras, pero la combinación entre ambas no es meramente accesoria, sino que otorga mayor solidez a un mensaje. Lo recuerda Sontag

(2015, pág. 156) cuando afirma: “Las palabras dicen más que las imágenes. Los pies sí tienden a invalidar lo que es evidente a los propios ojos, pero ningún pie puede restringir o asegurar permanentemente el significado de una imagen”.

En los medios, el texto y la imagen se apoyan entre sí y forman una relación simbiótica de la que uno y otro se benefician. Alonso y Mantilla (1980, pág. 102) describen las tres posibles formas de relación imagen/ texto, de las cuales, la que con mayor precisión detalla al fotoperiodismo es la que lo caracteriza como complementariedad entre texto e imagen en una interacción que enriquece al mensaje verbal o al icónico independientemente considerado.

En relación con lo anterior, hay autores que sostienen que los pies de fotos deberían ser tratados como un género especial aparte, ya que son, sin aludir a los titulares, los textos más leídos dentro de un diario. Afirman que su redacción es una cátedra, dada la importancia de su brevedad y aporte, sin que dupliquen lo obvio dentro de la imagen. Sin el pie de foto, esta quedará aislada dentro del texto.

Quienes no han profundizado en el estudio del significado de las imágenes y de la fotografía han tomado el atajo de pensar que ellas hablan por sí solas; ahora bien, cuando se estudia el fotoperiodismo se ha de contemplar la realidad de que el pie de foto afecta directa o indirectamente la imagen completándola, afirmándola o produciendo rechazo por la ruptura de significados entre ambas.

La importancia del pie de foto “varía desde otorgarle una función de registro básico de hechos observados en la fotografía, hasta convertirlo en un recurso central en la historia periodística en la cual va inserto” (Heredia y González, 2013). En este estudio, las autoras afirman que este es un recurso que se utiliza mal, siendo principalmente la redundancia insulsa y la ausencia del pie los principales desatinos en los diarios chilenos; esta realidad sigue un patrón similar en Ecuador.

Excluir el pie de foto o darle un tratamiento pobre no solo contradice los manuales de estilo de los diarios, sino que puede magnificar la polisemia de la imagen. Muchos pies de foto describen a los personajes retratados o copian parte del texto del cuerpo de la noticia. Por otra parte, al incluirlo se debe tener cuidado de no caer, como indica Short (2010), en trampas literarias personales que perjudiquen la información.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades.

[29] La información sobre este semanario es escasa. Algunas notas básicas las puede hallar en: [Vu \(revista\)](#)

[30] Boceto

[31] [Pablo Corral Vega](#)

[32] Se recomienda discreción para buscar estas imágenes. Pueden resultar muy perturbadoras para algunos espectadores.

[33] Término acuñado por Margarita Ledo para referirse a las fotografías impactantes.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Basado en su propio criterio, haga un listado de los contenidos que debería contener el estudio del fotoperiodismo en la actualidad.
2. Finalmente, es momento de evaluar el aprendizaje adquirido sobre esta temática. Le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta. Al final de la guía hallará las respuestas correctas.



Autoevaluación 12

En la autoevaluación que a continuación presentamos, deberá seleccionar la respuesta correcta

1. ¿Qué característica define a las imágenes en el sentido más estricto?

- a. Son una copia exacta de la realidad.
- b. Son la realidad misma.
- c. No son la realidad, pero provienen de ella.

2. ¿Cuál es una de las ventajas de un fotógrafo profesional en comparación con los fotoperiodistas neófitos?

- a. Entrega una mayor cantidad de imágenes para seleccionar la mejor.
- b. Comparte su trabajo de manera gratuita.
- c. No conoce el medio y no sabe lo que busca.

3. ¿Qué se espera del futuro del fotoperiodismo en relación con los fotógrafos ciudadanos?

- a. Que los reporteros y fotógrafos ciudadanos tengan acceso azaroso a diferentes lugares.
- b. Que los fotoperiodistas busquen lugares a los que los ciudadanos no tengan acceso azaroso.
- c. Que los fotoperiodistas sean excluidos y reemplazados por los fotógrafos ciudadanos.

4. ¿Qué significa que una fotografía tenga ciertos cánones estéticos y compositivos equiparables a las obras clásicas del renacimiento?

- a. Que la fotografía tiene una calidad técnica y artística destacada.
- b. Que la fotografía carece de valor estético y compositivo.
- c. Que la fotografía es una copia exacta de las obras clásicas del renacimiento.



5. ¿Qué implica la adaptación de los medios de comunicación a las nuevas plataformas digitales?



- a. Un aumento en el tamaño y número de fotografías en las páginas de los medios de comunicación.
- b. Una disminución en la calidad de las imágenes utilizadas por los medios de comunicación.
- c. Un abandono completo de las fotografías en favor de otros contenidos multimedia.

6. ¿Cuál es uno de los desafíos para la planificación de la fotografía de prensa?



- a. La falta de fotógrafos capacitados.
- b. La dificultad para obtener acceso a los lugares de los eventos.
- c. La falta de tecnología adecuada.

7. Según Ricardo Ferro, ¿cuál es uno de los aspectos importantes del perfil de un buen fotógrafo?



- a. Ser puntual y responsable.
- b. Ser invisible y escurridizo.
- c. Ser experto en tecnología multimedia.

8. ¿Cuál es uno de los requisitos del fotoperiodismo en cuanto a la fotografía?



- a. Preparativos y montajes cuidadosos.
- b. Composición y contenido estéticamente atractivos.
- c. Fotos que reflejen la realidad sin poses.

9. Según el texto, ¿qué tipo de formación es importante para los fotoperiodistas?

- a. Formación técnica en el manejo de la cámara.
- b. Formación en historia y conocimiento de los hechos.
- c. Formación en técnicas de comunicación digital.

10. ¿Cuál es la función primordial del fotoperiodismo?

- a. Producir fotos de alta calidad estética.
- b. Informar a través de imágenes fotográficas.
- c. Generar un impacto emocional en los espectadores.

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 14

Unidad 13. La fotografía y los medios

Repasaremos en este apartado la cotidianidad de un fotógrafo. Veremos que no hay rutina debido al ritmo del trabajo de un fotógrafo.

Hay que reconocer que el diseño editorial tiene una estrecha relación con la tecnología que está disponible en una empresa mediática, más aún cuando se trata de un medio diario. Es necesario señalar, además, que el diseño de un periódico no está desligado del periodismo como proceso de comunicación y las reglas que se rigen en él. A partir de que el *Daily Oklahoma* imprimiera por primera vez un diario editado por ordenador (Contreras y San Nicolás, 2001), se han presentado diversos cambios que facilitan el trabajo en los medios de comunicación, pero que igualmente han puesto al descubierto dilemas que antes no existían. El principal, en nuestro caso, la desaparición del negativo fotográfico como evidencia y la manipulación que se han vuelto muy comunes.

De igual manera, la inclusión de fotos en color cambió la perspectiva de los lectores. La cantidad de imágenes consumidas en publicidad, televisión e Internet los han acostumbrado a la presencia de la fotografía. Es por ello que los medios han debido mantenerse a la vanguardia para ser competitivos, lo cual significa un desafío extraordinario en el diseño.



Como indica Tena, (2005), en los medios, el mensaje está formado por el contenido y por la forma. Esta última está determinada por la fotografía. Los medios han comprendido que el dominio del texto sobre la imagen es cosa del pasado y que en la actualidad su imagen debe competir con el video y los recursos multimedia. Al no existir un tiempo de edición extendido como el de las revistas, los diarios y medios digitales deben asumir ingentes inversiones técnicas y atender constantemente a las fluctuantes demandas de los consumidores. Contreras y San Nicolás (2001, págs. 58-59), argumentan que hoy en día los medios combinan la ostentación de la imagen, la comunicación mediante íconos e, indudablemente, la comunicación propia de las palabras. Reconocen que “la práctica más extendida es la impecable utilización de fotografías e ilustraciones” (2001, pág. 67). Es cierto que esta reflexión no es nueva, Pierre Bourdieu (2003) ya había indicado que “el uso que la prensa hace de la fotografía debe ser, al menos hipotéticamente, lo siguiente: el fotógrafo de prensa transmite la imagen de qué ha visto, del mismo modo que su colega periodista lo testimonia por escrito”.

Si bien la fotografía ocupa un papel preponderante en el diseño de un medio, no es únicamente su tamaño lo que preocupa a los editores y directores, sino que hay que prestar mayor atención al contenido. En tal virtud, tanto los diseñadores como los editores deben huir de elementos que decoran las páginas, pero que carecen de sentido. Es importante recordar, como lo hacen Villaña y Mínguez (2012), que el mayor peso visual de una página está en la parte superior, por ello, habrá que procurar un adecuado equilibrio de la composición con fotos que se asienten sobre la base de la página, por lo que entre los redactores y los fotógrafos de los periódicos debe existir un proceso abierto y continuo de colaboración para lograr contenidos relevantes y armónicos.

13.1. La cultura fotográfica

Calificarse como experto de la fotografía es una atribución mayúscula si no se ha pasado por una rigurosa formación académica y una profunda investigación de las vertientes teóricas que comprenden una casi ilimitada variedad de estas imágenes, así como los significados que desde la imagen y por medio de ellas se aportan.

La sola interpretación de la fotografía es algo complejo, visto a la luz de la correcta identificación, más aún cuando se trata de investigación histórica en la que se desconoce el contexto que originó la imagen, la completa información sobre su autor y sus intenciones o más detalles sobre el objeto/sujeto fotografiado son necesarias para entender una fotografía. Como indica Sontag (2010), a la larga se interpreta en la fotografía lo que esta debería estar diciendo y queda la satisfacción media de lo que deseamos de una imagen fotográfica. Las fotografías, aun siendo un reflejo de la realidad, no son reales en la medida en que no son la absoluta reproducción de la realidad o de un hecho. “Siempre es la imagen que eligió alguien; fotografiar es encuadrar, y encuadrar es excluir” (Sontag, 2010, pág. 57).

Esta separación a la que se hace referencia es una manera de pensar la imagen como un elemento de exclusividad, un objeto coleccionable por su gusto estético. En la fotografía se ha dejado de lado lo que sobra, lo que no es puro, lo que distrae al mensaje. Este purismo ha de ser considerado como la función esencial de la cámara. Tal como Barthes (2004, pág. 31), sentencia, “La fotografía lleva siempre su referente consigo”. Sin embargo, profundizar en la cultura fotográfica es impensable sin tocar el tema de la foto como instrumento de agresión visual. Los medios impresos han aumentado la violencia en sus formatos. Pero no se puede culpar únicamente a los medios de comunicación. La humanidad ha aumentado su capacidad de destrucción por el uso de armas letales masivas, lo que a su vez se refleja en la información que consumen los lectores. Muchos estudiosos hablan de una insensibilización de los espectadores ante las imágenes recargadas de escenas de cadáveres o mutilaciones.



Una sociedad capitalista requiere una cultura basada en imágenes. Necesita suministrar muchísimo entretenimiento con el objetivo de estimular la compra y anestesiar las lesiones de clase, raza y sexo. Y necesita reunir cantidades ilimitadas de información para poder explotar mejor los recursos naturales, incrementar la productividad, mantener el orden, hacer la guerra, dar trabajo a los burócratas (...) las cámaras definen la realidad de las dos maneras esenciales para el funcionamiento de una sociedad industrial avanzada: como espectáculo (para las masas) y como objeto de vigilancia (para los gobernantes).

Comprender estas dos funciones es parte de adentrarnos en el desarrollo de la cultura fotográfica. Como se ha comprobado, a partir de los inicios de la segunda década del siglo XX la tecnología fotográfica digital irrumpió en la sociedad con tal fuerza que hoy en día es un objeto cotidiano. Los teléfonos móviles han hecho de la fotografía un medio masivo en el que se mezcla irremediablemente lo mejor de los conceptos clásicos con la mediocridad de millones de imágenes irrelevantes.

Al estudiar los patrones se concluye que son homogéneos en casi todo el mundo: los hechos que producen noticias en oriente son similares a los retratados en occidente. Uno de esos elementos comunes de la fotografía es la fotografía de guerra, utilizada tanto como instrumento de propaganda o como arma. Afirma Monegal (2007, pág. 29), “La imagen ya no solo sirve para producir información; si no que también produce destrucción”.

13.2. La agenda de un medio

La agenda informativa del periódico está definida por los editores de las secciones. Estudian los temas de cada semana y a diario se realizan reuniones para analizar la situación. El proceso de trabajo es dialogado entre editores. El editor general está en permanente contacto con todos los editores. Las reuniones son diarias y en ellas se proponen los temas que son necesarios cubrir al día siguiente. Es necesario indicar que en *El Universo* no hay temas ni personajes vetados, hay mucha apertura para las propuestas que puedan realizar los fotorreporteros, y aunque los fotógrafos tienen la capacidad de

negarse a cubrir una determinada noticia, no se han presentado casos de ese tipo. Sin embargo, una de las alternativas que los fotógrafos sí practican es intercambiar sus horarios para acudir a temas que les atraen o que por cuestiones personales no pueden cubrir.

Si alguno de los fotógrafos ganara un certamen local, nacional o internacional, el premio se otorga al fotógrafo y no al diario como institución.

Para asignar la agenda informativa se hacen reuniones de planificación semanales, o diarias. En estas reuniones se coordinan las actividades del día a día en las que se analizan los temas puntuales de cobertura. De esas reuniones salen los temas para la agenda y los pedidos de fotografía que se asignan a cada fotógrafo.

Parte de la rutina del editor de fotografía es asistir a las reuniones de planificación y designar las coberturas de acuerdo con los horarios que se establecen con anterioridad.

Junto con los fotógrafos, el editor debe revisar las fotos de agencias para completar los espacios que el medio de comunicación necesite. Los contenidos de las ediciones impresas se comparten con las ediciones digitales, del mismo modo que el editor de la versión digital y el administrador de las redes sociales pueden acceder a todas las fotos que se suben al sistema y alimentar las galerías fotográficas de la versión digital.

Los fotógrafos tienen la obligación de poner la información de la imagen en el archivo: fecha, autor, personajes de la fotografía y lugares. El sistema editorial puede buscar cualquiera de esas etiquetas y palabras claves; para facilitar el proceso, se pide a los fotógrafos que piensen en una palabra clave que puedan recordar transcurridos varios años, así se pueden buscar archivos históricos con mayor facilidad.

Por regla general, los fotógrafos deben cubrir cualquier tema que se les asigne, pero el equipo está organizado en *hard news* y productos fríos^[34], en los que se puede hacer una programación con más tiempo para trabajar. Un grupo está en esos trabajos planificados y otro grupo en la calle. Únicamente en

casos imprevistos reciben la llamada del editor de fotografía para solicitarles un trabajo que no fue posible planificar. Si necesitan presentarse en un partido de fútbol, tienen que saber quiénes son los jugadores más destacados para hacer el seguimiento con las cámaras y tomar las mejores imágenes posibles de las acciones y resultados. Si se trata del debate de un proyecto de ley, deben saber quiénes quieren vetarla y quiénes optan por aprobarla.

Presentamos en la figura 62, un ejemplo de la agenda de un medio de comunicación:

Figura 62
Proceso de producción fotográfica



Nota. Barrazaeta, P., 2023

No todas las noticias van acompañadas de una foto porque hay temas que no la necesitan o porque en algunos eventos imprevistos a los fotógrafos se les niega el acceso o simplemente no llegan a tiempo. Según Hunter (C. Hunter, comunicación personal, 11 de marzo de 2014), "Muchas veces la fotografía no es el medio más idóneo para comunicar. A veces una infografía o una ilustración es mucho más rica visualmente". El objetivo de la fotografía es comunicar y enriquecer el contenido.

La función de los fotoperiodistas es la búsqueda de la función comunicativa de la imagen junto con la composición: no es solo una foto que comunique y sin nada más, tiene que haber una buena composición fotográfica, un trabajo que demuestre la creatividad del fotógrafo, decir lo mismo de una manera diferente: buscar ángulos, planos, puntos de fuga, profundidad de campo y

todas las técnicas que el fotógrafo puede utilizar. Cuanto más creativo sea el trabajo del fotógrafo y más mantenga los elementos de comunicación, mejores serán las fotos. Para ayudar en este proceso.

Uno de los aspectos más importantes es el alto contenido de información que contienen las fotografías para los lectores. El editor gráfico es el encargado de seleccionar la mejor foto y como ejemplo cita que la lava de un volcán es más visual que las cenizas que arroja. El criterio de selección de una foto es que “hable” del tema, la foto debe especificar e ilustrar bien el tema del que se versa. Asimismo, la importancia de la fotografía es directamente proporcional a la importancia de la noticia, la trascendencia de esta es siempre un criterio de selección, empezando por el tamaño de las fotos.

Una vez que los fotógrafos descargan las fotografías en el terminal para incluirlo en el sistema del periódico, pueden hacer una edición de balance de color, tono, saturación y contraste. Un paso muy importante es cambiar la matriz de color que usan las cámaras Red, Green and Blue (Rojo, Verde y Azul o más conocido como “RGB”) a *Cyan, Magenta, Amarillo* y Negro (conocido como “CMYK”). Este proceso debe realizarse porque el sistema de captura fotográfica no es igual que el sistema de impresión.

En un medio de comunicación no está permitido añadir ni quitar información a la fotografía, aunque el reencuadre por recorte es comúnmente utilizado.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

[34] Son productos periodísticos que se realizan a largo plazo.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Visite un medio de comunicación de su localidad y obtenga información sobre la agenda de trabajo de un fotógrafo de prensa.
2. Finalmente, le invitamos a repasar los contenidos de esta unidad y responder las preguntas que se presentan en la siguiente

autoevaluación. Podrá comparar sus respuestas con el solucionario al final de esta guía.



Autoevaluación 13

1. ¿Qué relación existe entre el diseño editorial y la tecnología en los medios de comunicación?

- a. No tienen ninguna relación.
- b. Tienen una relación estrecha.
- c. La tecnología no afecta al diseño editorial.

2. ¿Cuál es uno de los cambios que se han presentado en los medios de comunicación debido a la impresión por ordenador?

- a. La desaparición de la fotografía en color.
- b. La manipulación de las imágenes.
- c. La facilitación del trabajo en los medios de comunicación.

3. Segundo Tena (2005), ¿qué determina la forma del mensaje en los medios de comunicación?

- a. El contenido.
- b. La fotografía.
- c. El periodismo.

4. ¿Cuál es una de las prácticas más extendidas en los medios de comunicación, según Contreras y San Nicolás (2001)?

- a. La utilización de fotografías e ilustraciones.
- b. La comunicación mediante íconos.
- c. La comunicación propia de las palabras.

5. ¿Qué se debe evitar en el diseño de un medio de comunicación?

- a. Fotos que carecen de sentido.
- b. Elementos decorativos en las páginas.



- c. Ambas opciones anteriores.
6. ¿Cuál es el lugar con mayor peso visual en una página, según Villafaña y Mínguez (2012)?
- a. La parte superior.
b. El centro.
c. La parte inferior.
7. ¿Cuál es una de las funciones esenciales de la cámara fotográfica?)?
- a. Capturar la realidad tal como es.
b. Excluir elementos que distraen al mensaje.
c. Ser un objeto colecciónable por su gusto estético.
8. Según Sontag (1981), ¿por qué los diarios imprimen fotos?
- a. Para estimular la compra y anestesiar las lesiones de clase, raza y sexo.
b. Para mostrar la realidad sin filtros.
c. Para producir información de calidad.
9. ¿Cómo se asigna la agenda informativa en un medio de comunicación?
- a. Los fotógrafos deciden los temas a cubrir.
b. Los editores generales eligen los temas.
c. Se realizan reuniones de planificación para asignar los temas.
10. ¿Cuál es la función principal de los fotoperiodistas?
- a. Buscar la función comunicativa de la imagen y demostrar creatividad.
b. Seleccionar las mejores fotos para el periódico.
c. Descargar y editar las fotografías en el sistema del periódico.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 1:

Aporta al desarrollo de la cultura visual.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 15 y 16

Unidad 14. Postfotografía

Poco falta para que se celebren los 200 años de la invención de la fotografía. A todos nos ha sorprendido la velocidad con la que ha avanzado en los últimos años. Podemos destacar dos momentos especiales que cambiaron la historia de la fotografía: la incorporación de la cámara en los dispositivos móviles y la multiplicación de las redes sociales fotográficas. La suma de estos dos eventos cambió la fotografía de un modo nunca vivido.

Si bien es cierto que la fotografía llegó a una cantidad incalculable de personas, las aplicaciones borraron la natural esencia fotográfica. En palabras de (Colorado, 2014, pág. 229), “La fotografía dejó de ser [...] un objeto para convertirse en un código, un cifrado de ceros y unos. Es un momento en el que comienzan a plantearse nuevas dudas y reflexiones”.

Los primeros cuestionamientos de la fotografía digital versaban sobre la calidad y las limitaciones técnicas de los equipos. Una vez superada esta brecha, viendo que los resultados empezaron a ser tan buenos como los de fotografía analógica, los estudiosos de la imagen pasaron a preocuparse por el significado y usos de la foto, uniendo la estética de la imagen con la historia que se pretende contar.



En ese sentido, Boris Kossoy (2001), apunta que la imagen fotográfica está sustituyendo al mundo. Pese a que esta afirmación es anterior a la creación de las redes sociales, cobra aún más sentido cuando tenemos la seguridad que en las redes podemos hallar cualquier elemento o idea que buscamos. "El observador, al mirar, construye formas a través de las cuales la imagen puede ser asimilada a una experiencia sensible" (Sorlin, 2004, pág. 16).

En la actualidad la fotografía, en especial en las redes sociales (perfiles, estados, historias, etc.), apuntan a presentar la identidad de las personas; no obstante, esta presentación puede resultar afectada por la construcción de un personaje ficticio que se muestra de una forma distinta a como actúa / piensa en la vida real. Varios son los casos en los que los *influencers* han sido descubiertos usando filtros, montajes e historias inventadas, como se muestra en la figura 63:

Figura 63

Evidencia de alteración de una imagen

Matt Navarra

@MattNavarra · Seguir

This travel 'influencer' spookily has the same clouds in every photo. 😱🤔😊

tupisaravia Koh Rok, Ko Lanta, Thailand

tupisaravia Maya Bay

tupisaravia Porto Santa Margherita

11:15 a. m. · 28 ago. 2019 desde Penarth, Wales

Leer toda la conversación en Twitter

31,8 mil Responder Compartir

Nota. Adaptado de *This travel influencer spookily has the same clouds in every photo.* [fotografía], Matt Navarra, 2019 ([La hija de Facundo Saravia brilla en Instagram pero uno de sus trucos quedó al descubierto](#))

En este sentido, resulta muy fácil concluir que la fotografía es, al mismo tiempo, una construcción, una narración y una realidad. Conjuga al referente que estuvo frente al aparato fotográfico, a la imaginación del operador de la cámara y, por último, presenta una historia que es contada por quien presenta la imagen; pero también interpretada por el observador final de la imagen. Estas lecturas no siempre son iguales.

En todo este proceso de comunicación la edición representa un riesgo y es que el emisor está seguro de sus intenciones; pero el receptor no cuenta con la suficiente información que le garantice la originalidad de la imagen. Las aplicaciones y filtros aplicados por los emisores están pensados para mejorar la estética, casi sin alterar los contenidos. Esta condición hace que como consumidores de información visual debamos cuestionarnos todo cuanto llega a nuestras pantallas.

Ahora es el momento de preguntarnos, ¿Podemos revisar con detenimiento cada imagen que nos llega para averiguar si es verdadera o está alterada de alguna forma? Sin duda la respuesta es un rotundo no. El tiempo del que disponemos simplemente no alcanza. Pero vale la pena separar las imágenes de entretenimiento de aquellas informativas. Al menos si observamos una imagen demasiado llamativa, deberíamos someterla a revisión, verificación en otras fuentes, contrastación o consulta con expertos.

Al criterio anterior, podemos sumar que la cantidad de fotografías que se hacen actualmente con toda clase de dispositivos convierte a la fotografía más en una industria que en un arte.

En la fotografía se perenniza la imagen real o alterada y puede consumirse en cualquier lugar o momento. La interacción pensada en los álbumes físicos pasa ser digital y global: una foto de un internauta de Ecuador tiene la capacidad de extenderse a cualquier lugar del planeta, generar reacciones o multiplicarse hasta la viralidad.

Lo confirma Salked (2014), cuando indica que en tiempos de la fotografía analógica, la cámara se usaba solo ocasiones especiales como bodas, vacaciones o cumpleaños, en la fotografía digital se registra cualquier cosa. Esto, por supuesto, debido a la aparente gratuidad [\[35\]](#) de la fotografía digital.

Otro autor que resalta la sobreabundancia de imágenes es Flusser (2015), cuando indica que existe una apetencia constante de imágenes. Tal demanda se entiende muy bien en las redes sociales con su infinito desplazamiento que permite ver miles de imágenes, una a continuación de otra; hasta llegar a lo que Fontcuberta (2016) llama furia de las imágenes.

Es necesario hacer una reflexión sobre lo que es fotografía y la postfotografía. La fotografía se inventó para prescindir de la habilidad humana en el proceso de representación de una imagen; dejando que sea una máquina la que reproduce la realidad. En tanto que el arte tiene la capacidad de mejorar o abstraer al referente, la máquina lo hace sin intencionalidad, y en menos tiempo. El ser humano dejó que la máquina sea la que se encargue de reproducir la naturaleza.

14.1. ¿Qué es la postfotografía?

En términos simples podemos afirmar que es la fotografía procesada para dejar en segundo plano la reproducción de la máquina y resaltar la edición y el procesado de la imagen. Resultaría, por supuesto, una definición sesgada por parte de los autores, además de presentarse incompleta.

Sabemos que alrededor de esta definición existen muchas opiniones. Una de las principales es que detectar un filtro o una edición resulta muy difícil a ojo desnudo (para eso se han diseñado los filtros y efectos).

Hoy más que nunca antes, aseguramos el criterio Sorlin (2004), cuando sostiene que la fotografía se ha vuelto una industria que no reflexiona en lo sublime, bello o comunicativo; sino que se ha dejado llevar por las leyes del mercado: demanda, inmediatez, tenencias de los usuarios, velocidad y viralidad.

La fotografía requiere una combinación de creatividad y una aguda observación del entorno. En una era dominada por las redes sociales y la capacidad de reproducir imágenes de forma ilimitada, estas dos cualidades se vuelven especialmente destacadas entre la abrumadora cantidad de



fotografías que nos rodean. Los filtros predefinidos y las poses repetitivas se han vuelto tan comunes y monótonas que resultan aburridas para aquellos que buscan que la fotografía sea una expresión original y auténtica.

En este contexto, el desafío para los fotógrafos es ir más allá de lo convencional y encontrar formas frescas y novedosas de capturar el mundo que los rodea. Se trata de romper con las convenciones establecidas y explorar nuevas perspectivas, narrativas y conceptos visuales. La creatividad se convierte en un poderoso vehículo para transmitir emociones, ideas y mensajes a través de la fotografía.

La observación también juega un papel fundamental en este proceso. Significa prestar atención a los detalles que a menudo pasan desapercibidos y descubrir los mensajes entre líneas. Observar implica estar muy atento al entorno, captando momentos fugaces y capturando la esencia de personas y lugares de una manera original.

En general, la fotografía ha sido aceptada debido a su capacidad para reproducir la realidad con precisión. A menudo se considera que una fotografía no está preparada, lo que le otorga el privilegio de la objetividad.

En contraposición, la postfotografía se caracteriza por desafiar la percepción convencional del espectador y priorizar la estética sobre el contenido. En este enfoque, se busca explorar y experimentar con la imagen fotográfica más allá de su representación de la realidad.

La postfotografía no es exclusiva de la era digital, ya que ha existido desde la época de los negativos y los procesos químicos, en la que los fotógrafos experimentaban con modificaciones y manipulaciones en el proceso de revelado para lograr los efectos deseados.

En algunos casos, los gobiernos tiránicos han utilizado la fotografía como herramienta de propaganda y manipulación de la percepción pública. Las imágenes se han manipulado para encajar con la narrativa oficial y promover una ideología.

La postfotografía, al priorizar la estética sobre el contenido, cuestiona la idea de que la fotografía debe ser un reflejo de la realidad. Se trata de explorar y desafiar los límites, para crear composiciones verosímiles, aunque exageradas.

En la era de las redes sociales, hacer fotos y compartirlas se ha convertido en una actividad común de los nuevos protocolos de comunicación, especialmente entre las generaciones postfotográficas, cada vez más extendidas, que han adoptado la fotografía como una forma de expresión y conexión con los demás. La imagen se torna conversacional y la estética se diluye en un maremágnum de efectos y emoticonos fusionados con la canción de moda.

Este cambio en el uso de la fotografía está influenciado por la inmediatez y la accesibilidad de las redes sociales y las plataformas de intercambio de imágenes. Las personas pueden tomar una foto en cualquier momento y compartirla al instante con su audiencia en línea, lo que les permite conectarse y comunicarse de manera acelerada.

Es importante reconocer que este cambio en el uso de la fotografía plantea cuestionamientos sobre la autenticidad y la intimidad. A medida que las imágenes se comparten y se vuelven más públicas, surgen preguntas sobre la privacidad y la manipulación de la imagen para fabricar realidades artificiales.

La tecnología ha facilitado la posibilidad de producir y almacenar una cantidad casi ilimitada de imágenes. Sin embargo, la saturación de imágenes en las redes sociales puede llevar a la irrelevancia de la fotografía. La sobreexposición puede provocar una disminución en la apreciación y la atención dedicada a cada fotografía (Silva, 2016).

Los fabricantes de teléfonos móviles anuncian las presentaciones de sus modelos más recientes en los que destacan, principalmente, tres cosas: una batería optimizada para mayor duración, un procesador eficiente y una cámara o conjunto de cámaras que aseguran la toma perfecta en cualquier situación. Cada año las apuestas suben en torno a estas tres funciones, modificando la

función original de un teléfono que cada vez tiene menos uso como dispositivo de diálogo y más como centro de entretenimiento audiovisual y fotográfico.

Un mejor equipo tiene prestaciones que son una ventaja tecnológica; no obstante, es imposible asegurar que los resultados sean verdaderamente sorprendentes. Es necesario estudiar el entorno para obtener lo mejor. Cualquier persona puede acceder a una mejor tecnología; pero solo un grupo de estudiosos puede entrenar la mirada para hacer un trabajo original. La artista Emma Sheffer remarca la repetición de la imagen en su cuenta @instarepeat; en la que exhibe fotografías con elementos comunes. La figura 64 nos presenta un ejemplo:

Figura 64

Ejemplo de la falta de originalidad en las redes sociales



Nota. Adaptado de *A single hand holding out a compass in the center of the frame* [Fotografía], Emma Shaffer, s/f ([A single hand holding out a compass in the center of the frame](#))

En plena era digital, la postfotografía carece de un soporte físico y se desplaza en las pantallas, carente un espacio propio, dejando en el observador solamente la sensación de haberla visto y, tal vez, volver a verla en pantalla o en directo.

14.2. Contrafotografía

Según afirma Sánchez, “La fotografía no es la realidad, sino que es hacedora de realidades a partir de la realidad tangible”. (Sánchez Montalván, 2018, pág. 38); lo que nos lleva a cuestionar virtualmente todas las imágenes que consumimos. Esto, resultará imposible desde cualquier punto de vista. Hemos de separar, al menos, las imágenes informativas, y entre ellas, distinguir las más difíciles de creer por su contenido o forma, para contrastarlas con fuentes confiables. Solamente de esa forma podremos asegurar un consumo racional de fotografías.

La antigua creencia en el valor de constatación de la fotografía perdió terreno frente a la duda actual. Tal como sentencia Flusser (2001, pág. 35) “El fotógrafo puede inventar categorías nuevas para la cámara”. Así lo hemos visto a lo largo de la historia y de manera más acelerada con el reemplazo de lo analógico por lo digital.

Esta idea sugiere que la postfotografía va más allá de la representación de la realidad y se centra en la esencia o el significado de la imagen. En lugar de enfocarse en la materialidad de la fotografía impresa, se enfoca en la experiencia y el impacto emocional y conceptual que genera la imagen.

En un mundo inundado de imágenes, muchas de las cuales son manipuladas o utilizadas para influir en la percepción pública, existe un deseo de recuperar el control sobre cómo se crean, distribuyen y consumen las imágenes; lo que sabemos es imposible.

Nos queda entonces controlar, de hoy en adelante, la producción de fotografías, dotándoles de sentido para no plagar el espectro digital con millones de bits de información inútil.

En especial, la fotografía de los medios de comunicación logra que la visión que el mundo tiene de la sociedad se vea cambiada. Cada foto que consumimos incrementa nuestro bagaje visual y cultural. Hay que entender por consumo la interpretación completa de la imagen, sin que ello signifique el



conocimiento profundo de los signos implícitos, o las relaciones definidas por la semiótica; sino el hecho de observar la imagen y entenderla en un contexto dado.

Cerraremos este apartado con plena conciencia de que la fotografía puede perder valor comunicativo por la capa de alteraciones que es capaz de recibir; pero al mismo tiempo sabiendo que el valor de una foto está dado por la información y el uso que se le puede dar. En cuanto sea reproducible en gran escala; o, por el contrario, sea única e irreproducible. Es precisamente ese valor de unicidad o reproductibilidad lo que hace valiosa a la fotografía. Saber que es la (primera, única, última, original, etc.) la hace rica en su contenido.

Al final, nos queda la sentencia de Fontcuberta “El futuro no tiene por qué discurrir por criterios de cordura” (2016, pág. 12).

14.3. Tendencias futuras del fotoperiodismo

El fotoperiodismo enfrenta como principales retos la falta de credibilidad derivada de la manipulación y los retoques, problemas y confusiones por derechos de autor y falsificación por montajes preparados, aunque la imagen final carezca de retoques. El futuro del periodismo afronta también la creación de imágenes en tercera dimensión (3D), previstas para nuevos dispositivos digitales y la vanguardia de movilidad de los consumidores y productores de información. Los medios de comunicación impresa deben profundizar en la investigación de calidad, en la reflexión sobre las imágenes que publican, si no quieren parecer recopiladores de fotos de las que se hallan fácilmente en la red. Al mismo tiempo, deben sopesar la sobresaturación de información y cuidar los nuevos formatos que atraen a los consumidores. Las redes sociales son uno de los vértices en los que los medios deben explotar su capacidad de difundir imágenes.

Una de las principales amenazas al fotoperiodismo es la falta de independencia de los medios de comunicación. La presión que ejercen empresas y gobiernos afecta las decisiones de los editores e incrementa la autocensura que tienen que enfrentar los fotoperiodistas. Sánchez (2007, pág.

211) recuerda: "Las imágenes son más necesarias que nunca. Pero también creo que el contexto político y corporativo de nuestro tiempo está lleno de mecanismos de control que no podrán permitir que ciertas imágenes existan en sus contextos adecuados". Las fotos de colecciones públicas y privadas son parte del patrimonio de un país, Kossoy (2014). Las hemerotecas, y las colecciones de prensa que en ellas reposan, forman entonces parte del patrimonio de la nación y es necesario investigarlos para conocer la realidad del país y contextualizarla. Como catalizadores de la opinión pública, los medios y sus imágenes son indicadores de la realidad social y las relaciones entre los grupos de poder, los líderes de opinión y la ciudadanía. Los medios tienen la capacidad de construir la memoria colectiva por medio de la imagen social.

Por otro lado, el diseño de los diarios está pensado para las fotos en formato horizontal. Ya Bauret (2010), reseña que en la fotografía analógica el formato horizontal es más utilizado que la imagen en vertical. Esta característica limita el accionar de los fotógrafos y los obliga a presentar más fotos apaisadas.

La banalización de los contenidos de los medios de frecuencia diaria es ya denunciada por Labio (2007), cuando indica la trivialización de la prensa con la presencia sobreabundante de información de la boda real. En la actualidad se puede visualizar la aparición en la prensa de artistas de todas las latitudes. Esta levedad de los contenidos en las portadas de los diarios los enfrenta directamente con las revistas y con sus propias versiones digitales. Es aconsejable que, más allá del rediseño de las portadas como ganchos de venta, se incluyan contenidos de profundidad que interesen a los lectores. Una de las salidas amplias que tienen los medios de comunicación es la inserción de reportajes de formato atractivo. Estos tienen la posibilidad de superar a las noticias en aspectos como profundidad y alcance.

Las portadas son espacios en los que la publicidad se debe medir con sumo cuidado. Deben ser los contenidos los que atraigan la atención de los lectores. Un diseño prudente sabrá combinar incluso espacios de autopromoción con productos atractivos para los lectores. También es necesario atender a la

fotografía deportiva que ocupa buena parte de las portadas. Se torna indispensable refrescar las fotos deportivas, en especial las de entrevista, con técnicas como talk and walk y ampliar los entornos fotográficos.

En la misma línea de fotografía deportiva, la agenda mediática ha mostrado principalmente al fútbol masculino como deporte principal, dejando de lado a otras disciplinas que pueden ser temas de portada. La cobertura de los deportes irá siempre de la mano de la agenda y esta dependerá de las políticas públicas que se elaboren para el apoyo a las disciplinas atléticas.

Los medios de comunicación deben invertir en la capacitación de los fotógrafos. Es recomendable que exista una planificación de cursos, talleres y seminarios que trasciendan los aspectos meramente técnicos y se concentren en los contenidos y el desarrollo de historias y coberturas especiales. Los fotógrafos deben seguir las enseñanzas de los primeros maestros en fotografía. El sentido que guía el trabajo de los fotoperiodistas es la concentración, la significación del mundo, sensibilidad, manera de vivir y sentido de la geometría.

Para complementar los temas tratados en esta semana, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades.

[35] Decimos que la gratuidad es aparente, porque para hacer una foto digital es necesario invertir en un equipo fotográfico, memorias, programas de edición, etcétera. Además, la ingente cantidad de archivos guardados algunas veces obliga a los usuarios comprar espacios virtuales de almacenamiento.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Haga su propia definición de lo que es la postfotografía.
2. Finalmente, responda la autoevaluación que se presenta a continuación. No olvide al final de esta guía comparar sus respuestas con las claves de respuesta.



Autoevaluación 14

1. ¿Cuál de los siguientes eventos cambió la historia de la fotografía?

- a. La invención de la cámara en los dispositivos móviles.
- b. La aparición de las redes sociales fotográficas.
- c. Ambas opciones son correctas.

2. ¿Qué afirmación es cierta sobre la fotografía digital?

- a. La calidad de las imágenes es inferior a la de la fotografía analógica.
- b. Los estudiosos se preocupan principalmente por la estética de la imagen.
- c. Los resultados pueden ser tan buenos como los de la fotografía analógica.

3. Según Boris Kossoy, la imagen fotográfica está sustituyendo:

- a. El mundo.
- b. La realidad.
- c. El objeto fotográfico.

4. ¿En qué contexto la presentación de la identidad en las redes sociales puede resultar afectada?

- a. Cuando se utilizan filtros y montajes en las imágenes.
- b. Cuando se utilizan filtros y montajes en las imágenes.
- c. Ambas opciones son correctas.

5. ¿Qué representa la edición en el proceso de comunicación fotográfica?

- a. Un riesgo para el receptor.
- b. Una garantía de originalidad.
- c. Una mejora estética sin alterar los contenidos.



6. ¿Podemos revisar con detenimiento cada imagen para determinar si es verdadera o está alterada?



- a. Sí, siempre es posible hacerlo.
- b. No, debido a la cantidad de imágenes existentes.
- c. Solo si observamos una imagen demasiado llamativa.

7. ¿Qué define a la postfotografía?



- a. La reproducción precisa de la realidad.
- b. La priorización de la estética sobre el contenido.
- c. La utilización de filtros y efectos visuales.

8. ¿Cómo ha influido la era digital en el uso de la fotografía?



- a. Ha aumentado la apreciación y atención dedicada a cada fotografía.
- b. Ha generado una disminución en la relevancia de la fotografía.
- c. Ha facilitado la producción y almacenamiento ilimitado de imágenes.

9. ¿Qué papel juegan la creatividad y la observación en la fotografía?



- a. No son relevantes, la fotografía se limita a reproducir la realidad.
- b. Son cualidades destacadas para capturar el mundo de forma original.
- c. Solo son importantes en la fotografía digital.

10. ¿Qué plantea la postfotografía en relación con la representación de la realidad?



- a. Desafía la percepción convencional y prioriza la estética.
- b. Mantiene la objetividad y la representación precisa.
- c. Crea composiciones verosímiles, pero no exageradas.

[Ir al solucionario](#)



4. Autoevaluaciones

Autoevaluación 1

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Todas las personas generamos una relación con las fotografías que vemos.
2	c	La fotografía clásica quiere mostrar belleza en sus resultados.
3	c	Las redes y la digitalización han logrado que la fotografía aumente.
4	a	La sociedad moderna es creadora y consumidora de fotografía.
5	b	La fotografía parece real desde su invención.
6	c	El oportunismo es una de las características del código gestual.
7	b	Las primeras cámaras eran muy grandes y difíciles de operar.
8	a	La fotografía da mucho dinamismo.
9	c	Las revistas alemanas lograron éxito por tener bajo precio.
10	c	La cantidad de imágenes en redes sociales afecta a los medios.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 2

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	La presencia en un medio no implica absoluta veracidad.
2	c	La forma de encuadrar es una de las maneras de manipular.
3	a	El oportunismo muestra al sujeto en posiciones poco favorables.
4	a	La privacidad personal es importante.
5	a	La foto es hecha por un humano con un punto de vista.
6	b	La imagen y el texto son muy importantes en un medio.
7	c	El estudio de la imagen es parte de los estudios.
8	a	Hay relación entre el texto y la imagen.
9	c	La ética crea conciencia en los profesionales.
10	b	La profesión debe superar los límites de la persona.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 3

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	La foto se hace primero con la imaginación.
2	a	El fotógrafo es más importante que la tecnología.
3	a	La regla de los tercios es una de las más usadas.
4	a	La regla de los tercios divide la imagen en 9 secciones.
5	a	El plano general contextualiza.
6	a	El ángulo picado muestra al sujeto con valores negativos.
7	a	El espacio negativo destaca un elemento por contraste de espacio.
8	a	El ángulo frontal muestra al sujeto a la altura de los ojos.
9	b	La ley de la mirada se centra en los ojos de la persona.
10	a	Los maestros de fotografía y de arte ayudan a mejorar la composición.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 4

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Un píxel solo no tiene dimensiones.
2	a	El sensor convierte la luz en imagen.
3	a	Los sensores inciden en la calidad de la imagen.
4	b	El formato más conocido es JPG.
5	a	RAW permite mayor edición.
6	a	El objetivo está compuesto por lentes.
7	a	En el centro óptico se forma la imagen.
8	a	La luminosidad tiene que ver con la apertura del diafragma y la distancia focal.
9	c	Es la distancia en milímetros entre el centro óptico y el plano focal.
10	b	Un lente Zoom es un objetivo de distancia focal variable.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 5

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	El triángulo está conformado por ISO, diafragma y velocidad.
2	c	El ISO se traduce en la sensibilidad de la cámara.
3	c	El ISO alto produce ruido.
4	a	La velocidad se mide en segundo y fracciones de segundo.
5	a	A mayor velocidad, menor luz llega.
6	a	El diafragma opera en el objetivo y controla la cantidad de luz que llega al sensor.
7	c	Con el modo manual se controlan todos los parámetros.
8	b	El diafragma tiene incidencia en la profundidad del campo.
9	a	Un diafragma abierto reduce la profundidad del campo.
10	a	La velocidad incide en el movimiento resultante en la foto.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 6

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	La foto comunica.
2	c	El texto modifica la imagen y la imagen modifica el texto.
3	a	La imagen es didáctica.
4	b	La foto genera emociones.
5	a	La propaganda se apoya en la fotografía.
6	a	El inicio de la fotografía quiso ser principalmente estético.
7	a	La fotografía se hizo popular gracias a catálogos y revistas.
8	c	Las fotos son información gráfica.
9	b	Son tres etapas: captura, proceso y publicación.
10	a	La foto elimina subjetividades.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 7

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Los fotógrafos iniciaron los géneros.
2	a	Son puntos de vista de los autores.
3	a	No son una ciencia exacta.
4	a	Una noticia es importante y debe ser expresiva.
5	a	La foto de la entrevista muestra aspectos importantes.
6	b	La foto deportiva exige a los fotógrafos rapidez y conocimiento.
7	a	La foto de nota roja es común en los medios sensacionalistas.
8	c	El reportaje demanda que las fotos sean complementarias.
9	a	La foto documental es real y genera emociones.
10	a	El ensayo es más complicado que el reportaje.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 8

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	La guerra es un tema muy fotografiado.
2	b	A la guerra civil de España asistieron Robert Capa, Gerda Taro y David Seymour.
3	b	La destrucción de Europa conmovió a los lectores.
4	b	Militares y políticos ponen freno a las fotos antes de publicarse.
5	c	El compromiso de los fotógrafos se centró en las desigualdades.
6	c	La fotografía muestra la vida de las personas menos favorecidas.
7	b	Las fotos de guerra generan sentimientos viscerales.
8	c	Ver fotos violentas aumenta la sensibilidad.
9	c	Las fotos de guerra presentan imágenes sensibles.
10	a	La primera obligación debe ser ayudar a las víctimas.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 9

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	Las fotos cambiaron después de 1890.
2	a	Erich Solomon fue el primero en llamarse a sí mismo fotoperiodismo.
3	a	Las rotativas iniciaron en la década de 1890.
4	c	La revista TIME fue fundada en 1929.
5	a	Las fotos a color empezaron a publicarse en la década de 1920.
6	c	El diseño periodístico es una especialidad.
7	c	Las fotos afectaron el espacio para texto y también generaron nuevos espacios.
8	a	La fotografía comunica visualmente.
9	b	Una buena foto se explica a sí misma sin texto.
10	a	Los medios usan cámaras de formato recortado.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 10

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	La Revolución Industrial facilitó la distribución de fotos.
2	c	La clase obrera animó el registro de procesos históricos.
3	a	La burguesía quiso igualarse a la nobleza.
4	b	El colodión reemplazó al daguerrotipo.
5	a	El huecograbado hizo más fácil el proceso de impresión fotográfica.
6	a	La fotografía se consideró inalterable.
7	a	El calotipo permitió multiplicar la cantidad de fotos para abaratarlas.
8	b	Las cámaras <i>brownie</i> fueron una revolución en la época.
9	a	Nadar hizo las fotos en Francia.
10	a	Todos los avances fueron seguidos por los fotógrafos.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 11

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Brassaï describe a la foto como documental y artística.
2	a	La fotografía elimina la mano del artista plástico.
3	a	La foto en los medios muestra la realidad social.
4	c	La fotografía es autónoma.
5	a	Una buena historia combina foto y texto.
6	a	La primera foto periodística fue el cadáver del presidente García Moreno.
7	c	La foto se consolida en Guayaquil en 1905.
8	c	El Comercio se fundó en 1906.
9	c	El Diario El Universo se fundó en 1921.
10	a	El premio mundial World Press Photo se fundó en 1956.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 12

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Las fotos son una copia de la realidad.
2	a	Un buen fotoperiodista entrega una buena cantidad de fotos.
3	b	El periodismo debe buscar temas que nos den fácil acceso para el público.
4	a	La fotografía combina técnica y arte.
5	a	Las plataformas digitales no dependen de un espacio físico, por lo que pueden.
6	b	El acceso a ciertos lugares es restringido para la prensa.
7	a	Un fotógrafo de prensa debe actuar en diversos ámbitos.
8	c	Las fotos deben reflejar la realidad.
9	b	Un fotógrafo debe tener una formación completa.
10	b	El fotoperiodismo debe informar.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 13

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El diseño editorial y la tecnología están muy relacionados.
2	c	El diseño por computadora hizo el trabajo más fácil.
3	a	El contenido informativo determina la forma del mensaje.
4	a	Los medios usan fotos e ilustraciones.
5	c	Hay que ser muy cuidadoso en el diseño de un medio.
6	a	La zona con mayor peso es la superior.
7	b	La cámara debe reproducir la realidad.
8	a	Se imprimen fotos para estimular compras y anestesiar asuntos delicados.
9	c	Todos los medios tienen reuniones de planificación.
10	a	Los fotoperiodistas deben comunicar con creatividad.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 14

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	La historia de la fotografía ha sido tocada por diversos factores.
2	c	La foto digital y analógica presentan iguales resultados.
3	a	La imagen está sustituyendo al mundo.
4	c	Las redes sociales afectan varios aspectos.
5	c	Los contenidos de la fotografía no deben ser alterados.
6	b	Resulta imposible analizar todas las fotos.
7	a	En la postfotografía prima la estética.
8	b	La digitalización produce irrelevancia de la fotografía.
9	b	Creatividad y observación son necesarias para hacer fotografías.
10	a	La postfotografía prioriza la estética.

[Ir a la autoevaluación](#)





5. Referencias bibliográficas

Adatto, K. (2010) *La imagen Perfecta. Vivir en la era de la foto oportunista Cantabria*. Quálea

Alonso, M., y Mantilla, L. (1980). *Imágenes en Libertad I* (Vol. I). Madrid: Nuestra Cultura.

Amar, PÁG. J. (2005). *Fotoperiodismo*. Buenos Aires: La Marca.

Arroyo Cabello, M. (2011) Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad. *Razón y Palabra*. (76), 5

Barnhurst, K. (7 de julio de 1998). Revista Latina de Comunicación Social. Recuperado el 14 de 01 de 2014, de Revista latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/62kevin.vis.htm>

Barthes, R. (2004). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.

Barthes, R. (2011). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.

Bauret, G. (2010). *De la Fotografía*. Buenos Aires: La Marca.

Benjamin W. (2013) *Sobre la fotografía*. Valencia Pre-Textos.

Bordieu. PÁG. (2003) *Un arte medio*. Madrid: Gustavo Gili

Caballo, A, D., y Caballo M, D. (2011). *Fotografía sin verdad*. Madrid: Universitas.

Caminos, J; Marín, F. y Armentia, J. (2008) La fotografía digital: nuevos retos e interrogantes. Telos 75.

Castellanos, U. (2010) En la mira. México, Universidad Iberoamericana

Castellanos, U. (2010). Manual de Fotoperiodismo, Retos y soluciones. México: Universidad Iberoamericana.



Chiriboga, L. y Caparrini, S. (2005). El retrato Iluminado. Quito: Noción.



Colorado, O, (2014) Fotografía 3.0. México. Amazon



Consejo Nacional de Cultura. (2008). La fotografía en el Ecuador. Quito: Consejo Nacional de Cultura.



Consorcio del Círculo de Bellas Artes. (2006). Momentos Estelares La Fotografía en el siglo XX. Recuperado de: https://www.circulobellasartes.com/fich_libro/MOMENTOS_ESTELARES_LA_FOTOGRAFIA_EN_EL_SIGLO_XX_%2851%29.pdf



Contreras, F., y San Nicolás, C. (2002). Diseño gráfico, creatividad y comunicación. Madrid: Blur.

Costa, J. (2008). La fotografía Creativa. México: Trillas.

Del Valle, F. (2002). Fondo Cubano de la Imagen fotográfica. Recuperado el 10 de 2008, de <http://www.fcif.net/estetica/dimensionfotografia.htm>

Dias, J. (2013) Por un fotojornalismo que repeite a dignidades humanas: a dimensao ética como questao fundamental na contemporaneidade. Discursos Periodísticos (10) 8. Publicación anticipada en línea. Doi: 10.5433/1984-7939.2014v10n16p111. Recuperado de: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/viewFile/14220/14591>

Doménech, H. (2005). La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital. (J. (. Marza, Ed.) Castellón, España: Universitat Jaume I.

Doménech, H. (s.f.). Por un pie de foto explicativo para la fotografía informativa. Universitat Jaume I. Jornades de Foment de la Investigació. Recuperado de: <https://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi9/publ/2.pdf>

Flusser, V. (2001) Hacia una filosofía de la fotografía. Madrid: Síntesis

Flusser, V. (2015) El universo de las imágenes técnicas. Elogio de la superficialidad. Caja Negra

Fontcuberta, J. (2003). Estética fotográfica. Barcelona: Gustavo Gili.

Fontcuberta, J. (2010). La Cámara de Pandora (Primera ed.). Barcelona: Gustavo Gil.

Fontcuberta, J. (2015). El Beso de Judas Fotografía y verdad. Barcelona: Gustavo Gili.

Freund, G. (2011). La fotografía como documento social. México: Gustavo Gili.

Galán, J. (s/f). El Discurso de las Imágenes. Quito: Abya Yala.

Golden, R. (20) 11Fotoperiodismo. Alcobendas. Libsa

González, L., y Pérez, PÁG. (2001). Principios básicos sobre diseño periodístico. Madrid: Universitas.

Grijelmo, A. (2014). El Estilo del Periodista. Madrid: Taurus.

Gombrich, E. (1993). La imagen y el ojo. Madrid: Alianza.

Heredia, María Angélica y González, Laura. (2013) La carencia de contexto escrito en la fotografía periodística: Aproximación a la utilización del pie de foto en la prensa diaria chilena. Index Comunicación (3) 87-119. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/60/62>

Hispano, A. (2007). Guerra a la vista. (A. Monegal, Ed.) Barcelona: Paidós.



Hope, T. (2002) Fotoperiodismo. Cómo conferir un etilo a su creatividad. Barcelona. Omega



Khalifé, G., y Laso, F. (2006). La mirada y la memoria. Quito: Trama.



Kossoy, B. (2001). Fotografía e historia. (PÁG. Sibilia, Trad.) Buenos Aires: La Marca.



Kossoy, B. (2014). Lo efímero y lo perpetuo en la imagen fotográfica. Madrid: Cátedra

ledo, M. (1988). Foto.xoc e xornalismo de crise. Coruña: Ediciós do Castro.



Castro. Ledo, M. (1998). Documentalismo Fotográfico. Madrid: Cátedra.

López, M. (2004). Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI. Barcelona: Paidós

Marauri Castillo, I. Rodríguez González, M. y Cantalapiedra González, M. (2011). La ilustración del dolor: cobertura fotográfica de los sucesos en los diarios de información genera en España (1977-2000) Estudios sobre el Mensaje Periodístico (17) Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/38128/36880>

Mata, F. (2011). Un documental indocumentado. Tomado de <http://v1.zonezero.com/magazine/articles/mata/mataextspág.html>

Mesaris, PÁG. (2001.). Electronic Journal of the International Reading Association. Recuperado el 30 de 08 de 2012, de http://www.readingonline.org/newliteracies/lit_index.asp?HREF=/newliteracies/action/messaris/index.html

Moles, A. (2009). La Imagen. México: Trillas.

Monegal, A. (2007). Política y (po)ética de las imágenes de guerra. Barcelona: Paidós.

Morris, J. (2013). Consigue la foto. Madrid: La Fábrica.

Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. Madrid: Paidós.

Pelizzon, L. (2014) Kati Horna. Constelaciones de sentido. Barcelona. Sans Soleil.

Pujol, J. (2010) La mesa de luz: Diario.es. Recuperado de <http://blogs.publico.es/mesadeluz/1941/el-magenta-de-la-sangre>

Redondo García, M. (2013) El sensacionalismo y su penetración en la prensa española de calidad. El “caso McCann” en el País, El mundo y ABC. Estudios sobre el Mensaje Periodístico (19) DOI: 10.5209/rev_ESMPÁG.2013.v19.n1.42519

Ribalta, J. (Ed) (2004). Efecto Real. Barcelona. Gustavo Gili

Ritchin, F. (1999). In our own image. New York: Aperture.

Rodrigues da Costa. M. (2013) Fotografía e ilustración: hibridaciones e imágenes complejas. Actas del V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de la Laguna, 2013.

Salcedo, B. (2016). Análisis de las fotografías de guerra y desastres naturales. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

Salked, R. (2014) Cómo leer una fotografía. Barcelona, Gustavo Gili

Sánchez, G. (2007). Fotografiar la guerra con compasión. (A. Monegal, Ed.) Barcelona: Paidós.

Sánchez, J., y Olivera, M. (2014). Fotoperiodismo y república. Madrid: Cátedra.

Sanz, J. C. (1996). El Libro de la Imagen. Madrid: Alianza.

- Shore, S. (2009) Lección de fotografía. New York. Phaidon.
- Short, M. (2013) Contexto y narración en fotografía. Barcelona. Gustavo Gili.
- Silva, V. (2016) La desilusión de la imagen. Barcelona: Gedisa.
- Sontag, S. (2010). Ante el dolor de los demás. Madrid: Debolsillo
- Sontag, S. (2014). Sobre la Fotografía. Madrid: Debolsillo
- Sousa, J. PÁG. (2011). Historia crítica del fotoperiodismo occidental. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Sorlin, PÁG. (2004). El siglo de la imagen analógica. Los hijos de Nadar. Buenos Aires: La Marca
- Tena, D. (2005). Diseño gráfico y comunicación. Madrid: Pearson.
- Terrazas, B. (2014). UNT Digital Library. Texas. University of North Texas. Recuperado de <http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metaph586999/m1/1/>
- Ugarte, S. (2011). De imperativos, documentos y fantasmas. Fotodocumental.
- Unió de Periodistes Valencians. (s.f.). Unió de Periodistes Valencians. Recuperado el 14 de 05 de 2014, de http://www.unioperiodistes.org/boletin_ant/ampliar1e9a7.html?id=112ycomentar%3D1yidelem%3D95
- Vicente, PÁG. (editor) (2009) Instantáneas de la teoría de la fotografía. Tarragona. Arola
- Vilafañe, J., y Mínguez, N. (2012). Introducción a la Teoría General de la Imagen. Madrid: Pirámide.
- Vilches, L. (1997). Teoría de la imagen periodística. Barcelona: Paidós.
- Zorilla, J. (2002). Introducción al diseño periodístico. Navarra: Eunsa.

Zunzunegui, S. (2007). Pensar la Imagen. Madrid: Cátedra.

