

Universidad de Matanzas

Camilo Cienfuegos

Carrera de Periodismo



Trabajo de Diploma

Título: El fotorreportaje como código gráfico en la construcción de la realidad en la web de la Editora Girón.

Autor: Yadiel Nodal Cruz

Tutor: Damián Castillo Figueroa

Consultante: Idalmis León Solar

Matanzas
2014

Nota de aceptación

Presidente del Tribunal.

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

AGRADECIMIENTOS

A las primeras personas a quienes quiero agradecer son a mis padres y a mi hermana y a toda mi familia, por confiar en mí y darme todo su apoyo.

A los compañeros de estudio que me acompañaron durante cinco largos años de universidad, por los cumpleaños que me celebraron; a Duni la compañera de viaje, a Isita por compartir su comida, a Wendy y Yadira por hacerme sonreír con cada disparate, a Marlevis por las payasadas, a Gemma, Kathy, Yunielis, Dariel, Jeidi; a Lianet por los buenos consejos.

A Yane, la amiga de todos los momentos, de los buenos y los no tan buenos, gracias por reír conmigo y sufrir a mi lado, por ser de mí un loco y un santo, por traerme dudas y no respuestas.

A Gisela por brindarme su apoyo en la tesis.

A todos los chicos de DATYS por brindarme su ayuda: a Niuris y Dayani por las molestias de los correos y entorpecer su trabajos; a Marlon, aunque ya no estés por tanto y tantos trabajos durante este tiempo, al Toti por salvar cada contratiempo, a Kikito por los permisos y por no poner nunca mala cara, a Ania por los antivirus, a Mauro y Jorge por ayudarme a reparar la máquina, a los Leos y Carlos.

A Damián por acceder ser el tutor de este desafío y por brindarme su conocimiento.

A Kaloian por ofrecerme su ayuda cuando creía que todo estaba perdido a pesar de las distancias.

A Adalberto Roque, Carolina, Amauris, René y Julio por dedicarme un pequeño espacio de su tiempo y responder mis preguntas.

A Idalmis por guiar los pasos de la investigación.

A los profes Omaidá y Juan Carlos por enseñarme la verdadera historia de Cuba y el mundo, por hacerme correr con los seminarios, por las pruebas de Pelusín y los mapas de lo imposible de localizar.

A todos los que de un modo u otro estuvieron involucrados en esta hazaña.

DEDICATORIA

A mis padres Odalys y Luis por darme la vida y siempre confiar en mí en todo momento.

A mi hermana Yatselys a pesar de la peleas.

A mi abuela Dulce (Mami) por ser su niño lindo y por preocuparse por mí.

A todos ellos por el esfuerzo que han realizado durante estos largos cinco años,
gracias por estar ahí.

RESUMEN

La investigación **El fotorreportaje como código gráfico en la construcción de la realidad en la Web de la Editora Girón**, tiene como objetivo general describir los valores textuales de los fotorreportajes publicados en esta página web desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013.

Constituye un acercamiento al mundo del fotoperiodismo, específicamente al fotorreportaje. La investigación puede constituir un referente teórico para futuros estudios.

Se emplearon métodos teóricos como el análisis de contenido, la entrevista en profundidad, la revisión bibliográfica, la observación participante y la triangulación metodológica. Como métodos teóricos se utilizaron Análisis-síntesis, Histórico-lógico y el Inductivo-deductivo.

Es un estudio comunicológico, con perspectiva mixta del tipo descriptiva. Al concluir la investigación, se fundamentan la poca utilización del fotorreportaje, los elementos denotativos y connotativos de la fotografía, y el poco aprovechamiento de la imagen como texto provisto de significados y mensajes.

Palabras claves: fotoperiodismo, fotorreportaje, web, valores textuales.

ABSTRACT

The fotorreportaje like graphic code in the construction of the reality in the Publisher's Web Girón has as general objective to describe the textual values of graphic report published in this web from September of 2012 until December of 2013.

It constitutes an approach to the world of the photojournalism, specifically to the graphic report. The investigation can constitute a relating one theoretical for future studies.

Theoretical methods were used as the content analysis, the interview in depth, the bibliographical revision, the participant observation and the methodological triangulation. As theoretical methods were used analysis-synthesis, historical-logical and the inductive-deductive.

It has a comunicological character, with mixed perspective of the descriptive type. When concluding the investigation, it is based the little use of the graphic report, the elements denotation and connotative of the picture, and the little use of the image like provided text of meanings and messages.

Key words: photojournalism, graphic report, web, textual values.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN -----	1
CAPÍTULO I De la placa fotográfica a la revolución del píxeles -----	7
1.1 Algunos hitos en la historia de la fotografía-----	7
1.2 Fotografía + Periodismo = Fotoperiodismo-----	9
1.2.1 Los géneros de una fórmula-----	10
1.3 ¿Reportaje fotográfico o fotorreportaje?-----	11
1.4 Componentes y clasificación del fotorreportaje-----	13
1.5 La construcción del mensaje en las fotografías-----	14
1.5.1 La realidad del lente en el entorno periodístico-----	17
1.5.2 Las rutinas productivas-----	18
1.6 Los recursos gráficos: la revolución en el periodismo del siglo XXI -----	18
1.7 Leyenda, títulos y pies de fotos-----	19
1.8 Los recursos hipermediales de Internet-----	22
1.9 Los píxeles en la Web-----	22
1.10 Los formatos de imágenes en el mundo de los 0 y 1-----	24
1.11 Edición de fotos, ¿qué programa utilizar?-----	25
1.12 Tendencias de la fotografía en el 2013-----	27
CAPÍTULO II Imágenes para una solución -----	29
2.1 Una mirada frente al píxel-----	29
2.2 Categoría de análisis y sus dimensiones-----	31
2.3 Métodos y técnicas-----	32
CAPÍTULO III Solución bajo el lente -----	37
3.1 Los fotogramas y las nociones humanas-----	37
3.2 Incomprensión con el mundo de los píxeles-----	39
3.2.1 Rutinas productivas o el dictador de los espacios-----	39
3.3 ¿Ser o no ser?-----	42
3.3.1 No es contar una historia y nada más-----	47
3.4 Nuevas tecnologías y viejas certidumbres -----	49

3.5 Fotografías para la web o una web con fotografías-----	53
3.5.1 La imagen y la capacidad de manipulación-----	59
3.6 La preparación de los profesionales y la cultura del fotorreportaje-----	57
CONCLUSIONES-----	59
RECOMENDACIONES-----	60

INTRODUCCIÓN

Las imágenes gráficas –dígase la fotografía, por ejemplo– se han expandido indiscutiblemente con la aparición y posterior expansión de Internet como medio de comunicación.

Poco a poco, los fotogramas sustituyen a las palabras, pues la civilización moderna se mueve a gran velocidad y el lector medio prefiere consumir la información en forma de recursos gráficos, no ya en textos.

Cualquier persona con un conocimiento básico de la utilización de una cámara fotográfica con buena resolución de píxeles, luz adecuada y marcada intencionalidad, posee los elementos necesarios para plasmar o realizar una representación más o menos acertada del mundo que le rodea.

A tono con la sociedad actual, los géneros del periodismo se adaptan a las innovaciones técnicas, puesto que de otra forma, estarían condenados a desaparecer como práctica y como bien de consumo. Sus mensajes y los modos de concebirlos se reformulan de acuerdo con las tendencias globales.

Dentro del periodismo visual y el fotoperiodismo más específicamente, aparece el género que se conoce como fotorreportaje, donde la construcción del discurso y sus códigos varían de acuerdo a las exigencias tecnológicas, el contexto y del medio de comunicación que lo utilice.

El fotorreportaje usa de los preceptos básicos del periodismo, partiendo de los clásicos *qué, quién, cómo, cuándo y dónde* de los sucesos acontecidos, pero la imagen sustituye a la palabra imprimiendo una poderosa fuerza expresiva al contexto.

En Cuba se emplea poco como género, y suele confundírsele con la mera aparición de fotografías en los trabajos periodísticos.

La presente investigación estudia las características de los valores textuales (imagen, códigos, símbolos, texto, significado/significante) de los fotorreportajes publicados en el sitio Web del periódico Girón, órgano oficial del Comité Provincial del Partido Comunista de Cuba en la provincia de Matanzas, entre septiembre de 2012 y diciembre de 2013, a partir del rediseño de este portal Web. Este estudio constituirá un referente, pues no se ha realizado otro similar a este.

El presente Trabajo de Diploma ayudará a comprender mejor el mundo del fotoperiodismo, específicamente del fotorreportaje y sus características en los sitios Web.

Y, principalmente, contribuirá a caracterizar el uso del fotorreportaje como género que hace la publicación digital matancera, lo que deviene el objetivo general de esta investigación.

En ocasiones, una mala interpretación de conceptos o su aplicación errónea por desconocimiento, falta de preparación o inamovilidad de las rutinas productivas e ideologías en los medios, atentan contra su producción y publicación.

El estudio puede apoyar la asignatura Fotografía, que se imparte como parte del programa de estudio de la Carrera de Periodismo de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos.

Las investigaciones de géneros dentro del Periodismo Hipermedia en Matanzas presentan pocos antecedentes, con excepción del año 2013 con la realización del Trabajo de Diploma *Re pensar al dossier*, de Pedro Arturo Rizo Martínez, en su ejercicio de culminación de estudios de la carrera de Periodismo.

Para evitar confusiones o malas interpretaciones, es válido aclarar que el fotorreportaje no es un género que pertenece al Periodismo Digital, pues este contiene los suyos específicos (reportaje multimedia, dossier e infografía). El fotorreportaje es empleado en los portales Web como una vía diferente para la

construcción de la realidad en un contexto informativo determinado en el mundo virtual.

Así, se plantea el siguiente **problema de investigación**: ¿Qué valores textuales se articulan en los fotorreportajes publicados en el sitio Web de la Editora Girón desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013?

El **objeto de estudio** está encaminado a determinar las características de los valores textuales del fotorreportaje como género periodístico en el sitio Web de la Editora Girón. El **campo de acción** de la investigación será el sitio Web de la Editora Girón (www.giron.co.cu).

Como **objetivo general** se plantea: Describir los valores textuales de los fotorreportaje publicados en el sitio Web de la Editora Girón desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013.

Los **objetivos específicos** de la investigación son los siguientes:

1. Caracterizar los valores noticia en los fotorreportajes realizados
2. Sistematizar la práctica del fotorreportaje en Cuba
3. Determinar la utilización de los recursos hipermediales de la Web en los fotorreportajes elaborados desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013 en este sitio digital

El **tipo de investigación** es la descriptiva. La descripción permitirá la caracterización de estos valores del fotorreportaje: códigos empleados, símbolos, texto, significado/significante, construcción del mensaje, análisis de las fotografías, recursos hipermediales, tendencias contemporáneas de la fotografía, temáticas que más se abordan y autores que realizan el género en esta página Web.

La **perspectiva metodológica** a utilizar será la mixta, pues el método principal es el análisis de contenido y se enmarca dentro de la perspectiva cuantitativa.

Aunque el predominio en el estudio es la cualitativa, la cual permite la caracterización de los valores textuales del fotorreportaje mediante las diferentes teorías existentes, los criterios de editores Web, fotógrafos, periodistas y especialistas en el tema; además de los diferentes procedimientos en la construcción de este género en el sitio digital del periódico Girón, en correspondencia con las tendencias actuales del fotoperiodismo en el ciberespacio y las exigencias de la prensa cubana actual.

La investigación se desarrolla a partir de un diseño de casos múltiples, con el consiguiente análisis de varios casos únicos. Se examinará cada fotorreportaje publicado, siempre y cuando reúna los requisitos exigidos para considerarse como tal, después de un proceso de selección a partir de los conceptos recogidos en el marco teórico de la investigación y de los criterios expresados por los fotorreporteros y periodistas en las entrevistas.

Lo anterior permite el estudio de la categoría analítica y las dimensiones de la categoría de análisis que posteriormente se mencionan, con la consiguiente obtención de los resultados, recomendaciones y propuestas de solución redactadas al final del estudio.

Categoría analítica: Valores textuales del fotorreportaje,

Desde las **dimensiones:**

- Construcción y características de la fotografía: códigos, signos, símbolos, texto (tanto escrito como visual), significado/significante
- Análisis de la imagen: composición, estética, elementos denotativos y connotativos de la fotografía, ley de los tercios, presencia de los preceptos del periodismo (qué, quién, cómo, dónde y cuándo de los sucesos narrados) en las fotografías empleadas
- Valores noticia: inmediatez, interés humano, originalidad y prominencia
- Clasificación de los fotorreportajes de acuerdo a las temáticas que abordan

- Recursos del Periodismo Hipermedia: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad; temáticas abordadas; desde las rutinas productivas.

La **unidad de análisis** en esta investigación son los fotorreportajes publicados en el sitio Web de la Editora Girón desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013.

Premisas de la investigación:

- A partir del rediseño del sitio digital del periódico Girón en el mes de septiembre de 2012, el empleo de la fotografía ha constituido un paso decisivo para lograr un mayor posicionamiento y una mejor proyección en el ciberespacio. Centrado en el aprovechamiento de la imagen, resulta indispensable la utilización del fotorreportaje en el ámbito virtual de este medio de prensa, pues este género no se realiza con frecuencia y en ocasiones su elaboración resulta con la aplicación de conceptos erróneos.

- Puesto que el fotorreportaje es una narración realizada a base de imágenes, estas deben desarrollar el tema y contener elementos los aspectos básicos del periodismo: qué, quién, cómo, cuándo y dónde de los hechos narrados. Sus valores textuales tienen que adaptarse a las nuevas exigencias y tendencias de los sitios Web. Los mensajes, códigos, modo de construcción, imagen, recursos hipermediales y el lenguaje de este género tienen que estar encaminados a captar la atención del usuario.

El principal método empleado es el dialéctico-materialista. Como métodos empíricos se utilizarán el análisis de contenido, fundamental en la investigación; la entrevista en profundidad a fotógrafos, fotorreporteros, periodistas y especialistas en el tema del fotorreportaje; observación participante para analizar el proceso y rutina productiva, revisión bibliográfica-documental para la recopilación de las diferentes teorías, tendencias y criterios acerca del tema; y la triangulación metodológica como técnica.

Como métodos teóricos se emplean, el Análisis-síntesis, Histórico-lógico y el Inductivo-deductivo.

La investigación se estructura de la siguiente forma: El primer capítulo titulado **De la placa fotográfica a la revolución del píxeles**, contiene los aspectos teórico-referenciales: una breve historia de la fotografía, las diferentes teorías que existen acerca fotoperiodismo y fotorreportaje, así como los elementos relacionados con el uso de la imagen fotográfica en la Web.

En el segundo acápite **Imágenes para una solución** se explicarán los métodos, técnicas, categoría analítica y las dimensiones de la categoría de análisis empleados en la investigación para darle solución al problema de investigación planteado y que permitirán arribar a los resultados y recomendaciones de la investigación.

Solución bajo el lente, título de la tercera división del estudio reflejará los resultados arrojados durante el proceso de análisis de los fotorreportajes, así como las soluciones y opinión del autor del Trabajo de Diploma.

CAPÍTULO I

DE LA PLACA FOTOGRÁFICA A LA REVOLUCIÓN DEL PÍXELES

De boca en boca se transmite la antigua máxima que reza: *una imagen vale más que mil palabras...* Lo cierto es que la fotografía muestra en gran medida la realidad de la vida del hombre, acertada en algunas ocasiones, errada en otras y contribuyendo a manipulaciones en otras.

Fotografía es el método –y el arte– de obtener y fijar imágenes por la acción de la luz en un medio material sensible a ella. Se basa en el principio de la cámara oscura, con la proyección de una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de esta queda reducido, por lo que aumenta su nitidez.

La historia de la fotografía se remonta al siglo XIX, específicamente a 1839, con la difusión mundial del procedimiento conocido como **daguerrotipo**, desarrollado y perfeccionado por Louis Jacques Mande Daguerre, a partir de experiencias previas inéditas de Joseph Nicéphore Niépce. Estas dos figuras se consideran sus padres fundadores.

La fotografía nace en Francia, en un momento de tránsito de la sociedad pre-industrial a la sociedad industrial, favorecida por las innovaciones técnicas de la época, el nacimiento la filosofía positivista y el ascenso de la burguesía –clase social dominante del momento– que entonces utilizaba el retrato como instrumento de verificación y afirmación del ascenso social.

1.1 Algunos hitos en la historia de la fotografía

Desde el mismo comienzo de la utilización de la fotografía no fueron pocos los que intentaron mejorar su calidad, nitidez y encontrar mejores formas de trabajarla. Tal es el caso de William Henry Fox Talbot, quien en 1840 desarrolló un sistema negativo-positivo, denominado calotipo, consistente en obtener un negativo de papel, que luego por contacto era positivado sobre otra hoja de papel. Supuso el

invento de la copia fotográfica, pues un único negativo podía dar lugar a varios positivos.

Dos años más tarde, en 1842, el astrónomo y químico inglés Sir John Frederick William Herschel introdujo el proceso llamado cianotipia, para mejorar la nitidez de las imágenes, evitando las rugosidades del papel. En 1850, Blanquart Evrard emplea el papel de albúmina. Y al año siguiente apareció el nuevo procedimiento del colodión húmedo, que permitía la obtención de imágenes negativas muy nítidas.

Luego aparecieron otras innovaciones, como la técnica de las placas secas al gelatino-bromuro. George Eastman lanzó su mundialmente conocida cámara Kodak en 1888, con la introducción en el mercado del carrete de película fotográfica, descubrimiento que revolucionaría el mundo de la imagen.

No fue hasta los finales del siglo XIX, con la fototipia del alemán Georg Meisenbach, que la fotografía comenzó a emplearse en los periódicos. Esta técnica permitía imprimir las fotografías en diferentes escalas de grises mediante el proceso de fotograbado a media tinta.

Así, el 4 de marzo de 1880, el Daily Graphic de Nueva York realizó la primera publicación de noticias en fotografía real en la historia de la humanidad. (Bustos, /s. a. /, 4)

En los comienzos del siglo XX, específicamente en 1907, la fábrica francesa Lumière ya comercializaba la fotografía a color. Hacia 1931 apareció el flash electrónico, utilizado sobre todo cuando la luz existente no es suficiente para tomar la fotografía con una exposición determinada. En la década de 1940 nació la instantánea de Polaroid, una cámara que revelaba y positivaba la imagen en tan solo 60 segundos.

Finalmente, en 1990, llega la digitalización al ámbito fotográfico: las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades

fotosensibles, y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria.

1.2 Fotografía + Periodismo = Fotoperiodismo

Se considera fotoperiodismo a la imagen con valores informativos o noticiosos; y que, por encima de todo, mantiene un compromiso con la realidad. Contiene áreas de interés de la actualidad periodística como son: la prensa de guerra o deportiva, el seguimiento del mundo del espectáculo, la política, los problemas sociales, etc.

“Esta nueva tipología del periodismo esta contextualizado por ramas informativas como la entrevista, la crónica, el reportaje y el documental; además de dividirse en fotonoticia, fotorreportaje, ensayo fotoperiodístico, retrato fotoperiodístico y, por último, las columnas fotoperiodísticas”. (Rocco–Rogelis, 2009,6)

De acuerdo con Lorenzo Vilches citado por Ulises Castellanos (2003,15), “se trata de una actividad artística e informativa, de crónica social y memoria histórica”.

En ese mismo texto se explica que el fotoperiodismo es una forma de comunicación, en la cual se describen o testimonian –por medio de la imagen fotográfica– hechos, acontecimientos o situaciones, vinculadas al contexto social y se cumplen los principios elementales del periodismo clásico, respondiendo *qué, quién, dónde, cuándo* de los acontecimientos. (Castellanos, 2003,15)

Luego, se trata de una actividad profesional –ejercida por comunicadores– que cumple la función de interpretar la realidad social, al través de diversos discursos simbólicos sustentados en estructuras formales específicas, y mediante un sistema propio de expresión en imágenes. (Claro, /s. a. /)

Según el criterio del periodista independiente Jorge Claro León. (Claro, / s. a. /). Es una disciplina que permite mediante la fotografía, transmitir la realidad que nos rodea en su concepto más amplio, con un espíritu veraz.

El fotoperiodismo es una actividad informativa, de crónica social y memoria histórica con particularidades estéticas. Es una simbiosis entre la información y la opinión mediante imágenes; un quehacer informativo especializado que tiene como objetivo fundamental la captación de lo que subjetivamente se entiende que es lo más expresivo de la actualidad noticiable, tanto por su novedad como por su notoriedad pública.

Este método de representación de la realidad, “se refiere a lo relacionado con las fotografías de prensa dispuestas en el contexto general de periódicos, revistas, sitios Web o noticiarios televisivos y que conforman un mensaje”. (Santos, 2008,16)

Esta práctica alcanzó su esplendor en el siglo XX, particularmente durante las dos guerras mundiales.

A lo largo de la centuria sobresalieron reporteros gráficos como Henri Cartier-Bresson –considerado padre del periodismo fotográfico– y Robert Capa. Las instantáneas de ambos captaron la atención del mundo: Por sus imágenes congeladas en el tiempo el primero; con *Muerte de un miliciano* el segundo.

Desde el siglo XIX se hacía fotoperiodismo en Latinoamérica. Publicaciones como **El Correo**, **El Perú Ilustrado**, **Actualidades**, son algunos ejemplos relevantes.

La fotografía llegó a Cuba hacia la década de 1840, con la realización de los primeros daguerrotipos.

Según Alfonso Bustos, la Guerra Independentista de finales del siglo XIX constituyó una prueba fundamental para el fotoperiodismo en la Isla. El triunfo de “la Revolución Cubana en 1959, sería el principal motor que llevaría al género del reportero gráfico a elaborar sus propios esquemas originales y sensibles a las realidades sociales. (Bustos, /s.a. /,12)

1.2.1 Los géneros de una fórmula

De acuerdo con el **Manual del Fotoperiodismo: Retos y soluciones** (2003,36) del fotógrafo mexicano Ulises Castellanos, los géneros de las fotografías de prensa son los siguientes: la fotonoticia, la fotografía de entrevista (retrato), la fotografía deportiva, la fotografía de nota roja, el reportaje, la fotografía documental.

Para el fotógrafo Jorge Claro León en su artículo *Los géneros fotoperiodísticos: aproximaciones teóricas*, estos son: la fotonoticia, el fotorreportaje corto (se desarrolla en conjuntos de 4 a 10 fotografías aproximadamente), el fotorreportaje profundo o gran reportaje (el número de fotografías requeridas en este género fotoperiodístico es regularmente amplio y depende de las necesidades discursivas de cada fotoperiodista). Y agrega el ensayo fotoperiodístico, el retrato fotoperiodístico y la columna fotoperiodística. (Claro, 2008)

1.3 ¿Reportaje fotográfico o fotorreportaje?

Reportaje gráfico o fotorreportaje son términos son iguales desde el punto de vista conceptual, pues ambos se refieren al periodismo que utiliza la fotografía como medio de expresión.

El fotógrafo Henri Cartier-Bresson, uno de los principales exponentes del fotoperiodismo clásico, definió el fotorreportaje como el arte de explicar una historia en una secuencia de fotografías.

Para Alfonso Bustos en su **Tutorial del Fotorreportaje** (/s. a/,1), este género es una narración realizada a base de imágenes. Las fotografías que se empleen deben desarrollar el tema y contener elementos que ilustren al espectador sobre los aspectos básicos del periodismo. Esta ilustración está basada en la teoría de las "5 W": *what* (qué), *who* (quién), *why* (cómo), *when* (cuándo), *where* (dónde).

Una segunda definición expone que es el empleo de la fotografía para suplementar o reemplazar relatos de acontecimientos y lugares de interés actual. (Bustos, /s. a/,1)

El fotorreportaje incluye todas las áreas de interés de la actualidad informativa, como el periodismo de guerra, el deportivo, el seguimiento del mundo del espectáculo, la política, los problemas sociales y todo aquello en donde sea posible la creación de una imagen. De igual manera el fotorreportaje repasa los géneros de la profesión informativa como la entrevista, la crónica, el reportaje y el documental en todas sus facetas.

Las características esenciales para reconocer que una fotografía pertenece a este género periodístico son las siguientes: actualidad (en el contexto de un hecho reciente y noticioso); objetividad (la situación representada es confiable y cuidadosa); narrativa (combinada con otros elementos noticiosos para que sea suficientemente comprensible a receptores de todos los niveles culturales) y estética (conservando el rigor de la estética fotográfica: luz, encuadre, relación fondo y forma, perspectiva, manejo de sombras, etc.). (Bustos, / s. a. /,2)

La **Enciclopedia Focal de la Fotografía** (Castellanos, 2003,41) ofrecen dos definiciones sobre el género en cuestión. La primera indica que un reportaje fotográfico es una cantidad de fotografías sobre un tema sencillo o narración, mientras la segunda afirma que es el empleo de la fotografía para suplementar o reemplazar relatos de acontecimientos y lugares de interés actual, escritos para su publicación en periódicos o revistas.

“Un fotorreportaje es el registro visual de un hecho noticioso de modo que quien lo vea quede bien informado del acontecimiento sin necesidad absoluta de textos”. (Castellanos, 2003,42)

Ludvik Baran (Castellanos, 2003,42) afirma que el reportaje fotográfico es un género especial caracterizado particularmente por su modo de abordar la realidad, por su contenido y por su forma. Añade además que informa, anuncia, enfatiza, recuerda, celebra, advierte, elogia, acusa y capta los momentos más vergonzosos. De acuerdo con Baran, “el reportaje fotográfico es la conciencia del mundo, de la vida, y que a veces se transforma en un documento histórico”.

Para Mariano Cebrián Herreros (Castellanos, 2003,42), "el reportaje fotográfico intenta reflejar y concentrar la visión de un acontecimiento de cierta complejidad desarrollado en un lugar y durante un tiempo, mediante un conjunto de fotografías que ofrecen una fragmentación y selección de espacios y datos significativos en imágenes instantáneas."

1.4 Componentes y clasificación del fotorreportaje

Son diversos los criterios que existen en cuanto a la clasificación y los componentes que deben integrar un fotorreportaje.

Según Alfonso Bustos (/s. a/,2), todo fotorreportaje está compuesto por:

- Un título, que debe ser preciso y breve, llamando la atención del lector/espectador.
- Un texto principal (anticipando las fotos, como explicación del tema) a partir del cual se despliegan las imágenes como narración visual.
- Un conjunto de fotografías (habitualmente 4 o más fotos) que pueden componerse a partir de distintos planos.
- Una serie de epígrafes de extensión variable; es decir, un texto que acompaña a las imágenes para aclarar, comentar o aportar datos de interés.

En el mismo texto, se aporta una clasificación del fotorreportaje (Bustos,/s.a/.2):

De Noticias: Política, deportes, economía, y otras ramas sociales; o hechos recientes como manifestaciones, insurrecciones, inundaciones, jornadas de alfabetización, etc.

De Denuncias: Sociales, justicia, delata una amenaza, una situación, delito, ocultamiento, etc. Las imágenes encierran un impacto importante que busca llamar la atención de los lectores.

De archivo: Utiliza fotos de acontecimientos ocurridos en el pasado, a veces combinadas con otras de actualidad como recuerdo de una situación o como semblanza en el caso de fotorreportajes biográficos o hechos en los momentos de encumbramiento de un personaje o su fallecimiento.

Espectaculares: Se procura resaltar el lado espectacular de un hecho de por sí llamativo, como un terremoto, un accidente de gran relieve, gestas del desarrollo técnico, etc.

Costumbristas: Trata sobre hechos que se repiten con periodicidad acerca de determinadas tradiciones de un pueblo, supervivencia de oficios artesanales o aspectos folklóricos.

Científicos: Afronta hechos de interés científico o técnico con atractivo popular, por tener actualidad o por el interés que conllevan.

Atemporales: Se refiere a hechos históricos, momentos, viajes, etc. Tratan de llamar la atención por lo llamativo de las fotografías, detalles de la realidad o descubrimientos de aspectos nuevos de realidades suficientemente conocidas.

Otro de los estudiosos del tema, Mariano Cebrián Herreros (Castellanos, 2003,43), indica que el reportaje fotográfico encierra diversas modalidades y funciones, según el enfoque y tratamiento que cada uno presente. Los más relevantes son: reportaje de **noticia**, de **denuncia**, de **archivo**, **espectaculares**, **costumbrista**, **científicos** y **atemporales**. Cebrián Herreros coincide con los criterios de clasificación ofrecida por Alfonso Bustos.

1.5 La construcción del mensaje en las fotografías

La fórmula compuesta por la selección de códigos específicos escogidos intencionalmente y un previo estudio psico-social del receptor al cual se dirigirá, conlleva a la elaboración de un mensaje acabado y con propósitos bien definidos para lograr una reacción determinada en el público meta.

Lo anterior está relacionado, pues toda fotografía constituye un texto que contiene información y lleva consigo la trasmisión de un mensaje. “Lo que transmite un mensaje fotográfico está determinado en buena medida por la competencia del receptor” (Abreu, 1999). O sea, el receptor entenderá o no el mensaje fotográfico, en dependencia de su bagaje cultural e ideológico.

El semiólogo francés Roland Barthes en su artículo *El mensaje fotográfico* (1982,2), explica que la fotografía periodística por sí sola es un mensaje. El conjunto de ese mensaje está constituido por una fuente emisora, un canal de transmisión y un medio receptor.

“Cuando el reportero gráfico selecciona a través del visor de su cámara un fragmento de la realidad, materializado en una fotografía, es el portador de información. Del mismo modo que al escoger determinado punto de vista – conscientemente o no– el reportero gráfico estará plasmando su subjetividad y su opinión en la imagen captada” (Abreu, 1999).

Es más: al seleccionar este fragmento de realidad, el fotorreportero es capaz –si es su intencionalidad– de manipular esa realidad transmitiendo un determinado mensaje con códigos específicos, de acuerdo con intereses y puntos de vista establecidos con anterioridad.

Será entonces, la competencia interpretativa del lector la que determine, en buena medida, que la imagen tenga los efectos informativos o de opinión buscados por el emisor.

En este sentido, Manuel Alonso y Luis Matilla aseguran que los creadores de mensajes visuales actúan con intenciones comunicativas concretas y dotan a sus

propuestas de significados precisos. Según con lo expuesto anteriormente, “cada miembro de un determinado grupo concreta la recepción de un sector parcial de información que recibe, el resto de la información le llega de manera inconsciente”. (Abreu, 1999)

De modo que tanto la información como la opinión se encuentran presentes simultáneamente en los mensajes. No obstante, en algunos casos una impera sobre la otra. Y en ello las intenciones del emisor resultan decisivas.

Existen elementos icónicos de connotación en la construcción del mensaje en el campo de la fotografía. Carlos Abreu, Profesor Titular de la Universidad Central de Venezuela, los ubica en dos grupos: los elementos profotográficos y los fotográficos. Es decir, en aquellos valores connotativos que de por sí poseen culturalmente los componentes de la escena fotográfica, y los elementos propiamente fotográficos que determinan la escena final. (Abreu, 1999)

En cuanto a los elementos profotográficos, explica que la realidad captada por la cámara está cargada de significaciones, algunas de carácter simbólico. De manera que un reportero gráfico puede manipular a su antojo objetos de la realidad a sabiendas de que van a ser interpretados conforme al punto de vista que él quiere emitir. En lo que respecta a los elementos fotográficos que pueden conferir connotaciones a la imagen se encuentran, entre otros, la angulación, el encuadre, la composición, la iluminación y las sombras; el contraste, el lente usado, y el color.

Barthes (1982,3) señala seis elementos clave dentro del procedimiento de **connotación** en la fotografía: el **trucaje** (consiste en que interviene sin dar aviso dentro del mismo plano de denotación la credibilidad particular de la fotografía), la **pose** (la pose misma del sujeto está relacionada con la lectura de los significados de connotación) y los **objetos** (donde el sentido connotado surge entonces de los objetos fotografiados como inductores de corrientes de asociaciones o verdaderos símbolos, y como excelentes elementos de significación. Además, apunta la

fotogenia, donde el mensaje connotado está en la imagen misma, por técnicas de iluminación, de impresión y de revelado; el **esteticismo**, cuando la fotografía se hace pintura, es decir composición o sustancia visual deliberadamente tratada; la **sintaxis**, que en este procedimiento el significante de connotación ya no se encuentra entonces a nivel de ninguno de los fragmentos de la secuencia, sino a nivel del encadenamiento.

1.5.1 La realidad del lente en el entorno periodístico

“Los media tienen un papel crucial, no solo en la transmisión de informaciones sobre los hechos, sino también en plasmar la realidad, en la percepción del contexto sociopolítico en el que se colocan los acontecimientos”. (Wolf, 1989, 114) Evidentemente, la fotografía tiene un papel importante en ese sentido, de ahí la pertinencia de estudiar el uso que se hace de ella, y su aporte al proceso de construcción de la realidad que constituye el periodismo.

En el caso de la fotografía de prensa, el título y la leyenda que la acompañan son los elementos que la sitúan en un contexto determinado y le dan una significación que puede coincidir o no con la intención original del reportero gráfico. Estos elementos determinan el carácter que se le quiere dar a la imagen. Para Roland Barthes en su artículo *El mensaje periodístico* (1982,6), explica que el texto constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen, es decir, a uno o varios significados secundarios.

En cualquier mensaje de este tipo, el entorno lingüístico debe tener relación con la imagen gráfica. Como indica José Manuel de Pablos (Abreu, 2000), "toda foto de prensa ha de ser coherente con el texto que acompaña, y debe estar siempre en su lugar informativo".

"El fotoperiodismo brinda una amplia gama de ejemplos en que la codificación, vinculada o no a la técnica, influye decisivamente en el sentido del mensaje, matizado por el contexto informativo." (Abreu, 2000)

El mensaje icónico verbal de la fotografía periodística se puede valorar apreciando dos puntos representativos, uno para la imagen y otro para la palabra, en una escala acontecimiento-comentario. (Abreu, 2004)

“Los media tienen un papel crucial, no solo en la transmisión de informaciones sobre los hechos, sino también en plasmar la realidad, en la percepción del contexto sociopolítico en el que se colocan los acontecimientos”. (Wolf, 1989, 114). “Los mass media pueden construir las definiciones sociales de los contextos de significado más amplios que enmarcan el plano de la experiencia en el ámbito de la vida cotidiana”. (Wolf, 1989, 115)

1.5.2 Las rutinas productivas

Las rutinas productivas son todos los esquemas de percepción, de apreciación y de acción inculcados por el medio social en un momento y en un lugar determinado; es decir, son todas las disposiciones socialmente adquiridas mediante el aprendizaje, que las encontramos mediando entre las condiciones objetivas y las conductas de los individuos y las advertimos como viejas costumbres, repeticiones o hábitos (Naya, 2003, 26)

“Las rutinas productivas no obedecen exclusivamente a los requerimientos tecnológicos, sino a consideraciones de índole más subjetiva, que revelan la amplia relación de los medios con el poder y, fundamentalmente, la tendencia de los grandes consorcios mediáticos a la preservación del status quo”. (Naya, 2003, 26)

Además se pueden concebir como las definidas formas de organizar la producción en el entramado de una organización mediática. Son hábitos establecidos y adquiridos de forma consciente o inconsciente para garantizar el control sobre la estabilidad de la maquinaria informativa. (Santos, 2008,34)

1.6 Los recursos gráficos: la revolución en el periodismo del siglo XXI

La principal consideración importante al hablar de imagen para diferenciar a los periódicos impresos de los *online* es que en los primeros es siempre fija, mientras que en los segundos se puede activar cada fotografía de tal forma que a la vez que muestra la información se pueden añadir otras que están incluidas en la misma. En segundo lugar, la imagen en movimiento permitirá competir a los periódicos *online* con la televisión.

Uno de los pioneros de la red, que además emplea redactores y fotógrafos para llevar a cabo su versión *online* es el periódico argentino **Clarín Digital** (<http://www.clarin.com> o <http://www.clarin.com.ar>), constituye un ejemplo de cómo se aprovechan estos recursos, sobre todo los gráficos para llamar la atención de los lectores hacia ciertos productos o servicios que contiene el periódico y, por supuesto, varias fotografías de tamaño considerable que acompañan a diferentes informaciones.

El caso de **Le Monde en Ligne** (<http://www.lemonde.fr>), en su versión impresa el texto es mayoritario frente a los recursos gráficos y visuales, en la edición *online* la presencia de la fotografía como elemento que acompaña a la información, e incluso como información independiente, son abundantes.

Por su parte, el periódico *online* que prefieren los internautas españoles, al menos por el número de visitantes que acuden a su Web, es **El País Digital** (<http://www.elpais.es>) un medio que ya en su versión impresa ha valorado de forma positiva la presencia de fotografías y recursos infográficos como complemento a la información.

1.7 Leyenda, títulos y pies de fotos

Las leyendas y pies de foto cumplen una importante función identificadora en los sistemas de gestión editorial de los cibermedios. En las noticias no sólo es necesario identificar los textos, también es preciso etiquetar adecuadamente los elementos gráficos. (Salaverría, 2005,106)

Es fundamental, por tanto, etiquetar bien cada uno de esos elementos, tanto a los ojos del lector como con vistas al sistema editorial del cibermedio. Al respecto, Jakob Nielsen y citado por Ramón Salaverría, recuerda la necesidad de que las leyendas de los elementos gráficos –bien sean pies de foto, encabezamientos de tablas, etc. – designen tan sólo a esos elementos. “Es muy importante mantener la coherencia entre el elemento gráfico y el pie de foto o contexto textual que lo describe. De lo contrario, pueden producirse errores”. (Salaverría, 2005,107)

En no pocas ocasiones ocurre que los editores de un cibermedio aprovechan una fotografía previamente editada en su versión impresa y mantienen asimismo el pie de foto original. Sin embargo, esa fotografía procedente del papel puede resultar demasiado grande para la superficie gráfica del cibermedio y, entonces, algún diseñador decide recortar la fotografía para que cuadre mejor. Resultado: el pie de foto original termina siendo inconcordante.

A propósito de los pies de foto, se puede añadir que el lenguaje HTML (Hyper Text Markup Language) ofrece una simple y eficaz forma hipertextual de identificar las fotografías en una página Web. Se trata de la etiqueta ALT, que produce el efecto de desplegar automáticamente una leyenda de texto cuando el cursor se sitúa sobre una imagen. Es decir, genera una forma sencilla y eficaz de hipertextualidad entre imagen y texto. Es un recurso de etiquetado gráfico empleado en muchos sitios Web como forma de identificar logotipos o aclarar la procedencia de la imagen. Sin embargo, apenas si se utiliza como forma alternativa de reseñar pies de foto. (Salaverría, 2005,108)

Según Luis Orlando Cabrera existen dos modalidades de pie de fotos: el pie de foto francés y el pie de foto literario. El primero consta de una sola línea por lo general y reitera, debajo de la foto o el gráfico, una frase o fragmento textual contenido en el texto. El segundo es un pequeño texto que el periodista crea específicamente para la imagen y es el más utilizado. (Marrero, 2007,29)

Respecto al título, Ramón Salaverría explica que el titular ha sido desde siempre un elemento clave del texto periodístico. Ya las primeras gacetas protoperiodísticas de los siglos XVII y XVIII contaban con títulos a modo de rótulos en los que se consignaba la fecha y/o el lugar donde había ocurrido la noticia relatada en el texto. (Salaverría, 2005,87)

En los medios tradicionales, los titulares han venido cumpliendo tres funciones: *Función identificativa*: sirve como recurso para individualizar un texto. *Función informativa*: sintetizan el contenido del texto periodístico. *Función apelativa*: sirven para suscitar el interés y, junto con los eventuales elementos gráficos que puedan acompañar al texto, cumplen una función de primer anclaje para el ojo del lector. (Salaverría, 2005,87)

Con el advenimiento de los nuevos medios digitales se le concedió otra función a los titulares, la *función hipertextual*, donde sirven como elemento clave para la navegación en los cybermedios, pues en los titulares se sitúa de ordinario el hipervínculo que permitirá desplegar el nodo que contiene el texto de la información.

El lector de los cybermedios ha aprendido a interpretar los enlaces como invitaciones implícitas a pulsar (Salaverría, 2005,90). Esto ocurre porque los enlaces son hipertextuales; es decir, permiten fragmentar el texto a voluntad, y conectar libremente unas partes con otras mediante los enlaces. La labor del redactor hipertextual en estos casos, por tanto, consiste en aprovechar esa posibilidad y proponer al lector itinerarios de lectura informativamente satisfactorios, orientados y estimulantes. (Salaverría, 2005,110)

Para elaborar textos periodísticos realmente hipertextuales, el periodista debe aprender a construir estructuras discursivas compuestas mediante la articulación de fragmentos textuales o incluso multimedia. En otras palabras: ha de ser capaz de elaborar un discurso unitario a partir de una combinación coherente y cohesionada de distintos nodos hipertextuales. (Salaverría, 2005,111)

1.8 Los recursos hipermediales de Internet

Hipertextualidad:

Un hipertexto es un documento polimorfo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital. Un hipertexto es, según su etimología, un texto que va más allá de lo que aparenta, que se trasciende a sí mismo. Es, en definitiva, un texto que a la anchura y la altura propias de la página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad. (Salaverría, 2005,25)

Multimedialidad:

La multimedialidad es la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido. (Salaverría, 2005,30)

Interactividad:

Es la posibilidad de que el usuario interactúe con la información que le presenta el cibermedio. Por lo tanto, el grado de interactividad de un cibermedio, y de cualquier sitio web en general, puede medirse según el número de cambios que un usuario puede efectuar en él. (Salaverría, 2005,32)

Para escribir en Internet se tiene como normas la regla de las seis C: corrección, claridad, concisión, consistencia, credibilidad y cortesía. Además de las 5 W (o sea, las iniciales de who, what, where, when y why; a las que se suma la «h» de how). (Salaverría, 2005,146)

1.9 Los píxeles en la Web

“Todos pueden tener un mejor entendimiento de los fundamentos de la fotografía digital y utilizarlo, tanto para capturar como para manipular las fotos en las que las organizaciones periodísticas se seguirán apoyando”.

Mark Briggs

Uno de los problemas que existen en cuanto al uso de los recursos gráficos y en especial las fotografías en los portales Web radica en el momento de realizar una descarga de la misma, pues en innumerables casos el tiempo de demora supera las expectativas del usuario.

Lo anterior también viene dado por el uso incorrecto de las imágenes en el mundo virtual y que en ocasiones no se tiene en consideración el tamaño de la página Web y el consumo de estos recursos gráficos.

La clave para entender cómo trabajar con fotografías digitales está toda en los píxeles. El píxel es una palabra formada a partir otras dos: Picture Element (Elemento de la imagen), y es usualmente representado como un pequeño cuadrado en una matriz en una imagen de computador. Un píxel es la representación visual de datos en una imagen digital o gráfica (Briggs, 2007, 94). Es un mosaico, donde una fotografía está compuesta de cientos de miles de pequeños cuadrados.

Cuando se trata de fotografías, la resolución se refiere al número de píxeles en una imagen, pues la mayoría de los monitores de computador presentan 72 píxeles por pulgada (ppi), las fotografías en los sitios Web necesitan para que se muestren en la pantalla una correcta visualización una resolución mínima de 72 ppi. (Briggs, 2007,95)

La fotografías en los periódicos impresos son usualmente de 200 ppi y en una revista satinada usa imágenes de 300 ppi.

Una fotografía será mucho más grande en bytes en 200 o 300 ppi, y así consumirá más tiempo de procesamiento del computador para cargar y descargar y no aparecerá más nítida en una pantalla de 72 ppi. Así que no hay razón para hacer que los usuarios esperen por descargas más largas por una imagen de mayor resolución. Este es el problema cuando un reportero encuentra una fotografía en

un sitio Web y le gustaría incluirla en el impreso. La imagen de baja resolución no se puede escalar a 200 ppi y lucirá pixelada, especialmente cuando es ampliada.

Al contrario, si tiene una imagen de alta resolución para publicación en un sitio Web, debe ser comprimida. Comprimir una imagen significa usar software para “apretar” la imagen, omitiendo los píxeles que no son necesarios y haciendo el archivo más pequeño (en bytes) sin sacrificar la calidad total. (Briggs, 2007, 95)

1.10 Los formatos de imágenes en el mundo de los 0 y 1

Una de las principales decisiones a la hora de incluir gráficos en la Web será elegir el formato correcto para cada tipo de imagen de manera que se logra una correcta relación entre la calidad visual de la misma y su peso en Kilobyte (Kb) en lo cual influye el navegador y el reproductor de imagen empleado por el usuario.

Según el portal digital www.guiaWebmaster.com, los formatos de imagen más adecuados para la Web son:

- 1- GIF (Graphic Imagen File Format), cuyas características son:
 - Número de colores: de 2 a 256 de una paleta de 24 bits
 - Formato de compresión sin pérdida basado en el algoritmo LZW
 - Carga progresiva en el navegador
 - Máscara de transparencia de 1 bit
 - Permite la animación simple

Es el formato más adecuado para aquellas imágenes sencillas, de formas simples y en las que no existe un elevado número de colores.

2- JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Fue diseñado para la compresión de imágenes fotográficas, basándose en el hecho de que el ojo humano no es perfecto y no es capaz de captar toda la información que se puede almacenar en él una imagen de 24 bits. El formato JPEG intenta eliminar la información que el ojo humano no es capaz de

distinguir, por eso se dice que posee un formato de compresión con pérdida, debido a esta eliminación de la información.

Características fundamentales del formato:

- Número de colores: 24 bits color o 8 bits B/N
- Elevado grado de posibilidad de compresión
- Formato de compresión con pérdida
- No permite transparencia, ni canal alfa
- No permite la animación

Por regla general, es el más indicado para aquellas imágenes que son fotografías.

3- PNG (Portable Network Graphics)

Proporciona un formato compresión de imágenes sin pérdida.

Las características de este formato son:

- Color indexado hasta 256 colores y TrueColor hasta 48 bits por pixel
- Mayor compresión que el formato GIF (+10%)
- Compresión sin pérdida
- Canal alfa (Transparencia variable)
- No permite animación

Es el más adecuado para imágenes de elementos renderizados, pues se logran unos degradados muy suaves y una buena definición de las líneas.

Estos no son solamente los únicos soportes de imágenes que son utilizados por algunos usuarios en la red para almacenar sus fotografías, otros como *TIFF (Tagged-Image File Format)*, formato flexible de imágenes de mapa de bits que generalmente aceptan todas las aplicaciones de pintura, edición de imágenes y diseño de páginas, y *BMG* que admite los modos de color RGB, color indexado, escala de grises y mapa de bits (un archivo de imagen de gráficos con píxeles

almacenados en forma de tabla de puntos que administra los colores como colores reales o usando una paleta indexada), son empleados en la Web.

1.11 Edición de fotos, ¿qué programa utilizar?

La edición es el proceso mediante el cual las fotografías son modificadas para optimizarlas, manipularlas o retocarlas, con el fin de alcanzar un propósito determinado. El efecto de ojo rojos, la disminución o exceso de contraste o brillo, saturación de colores, ruido en la imagen, o los píxeles fuera de contexto son los problemas más comunes en la edición de imágenes. En el proceso de edición siempre se debe tener en cuenta cuál es la información más importante de la foto.

Los programas para editar imágenes difieren del gusto y posibilidad de los usuarios. Entre los más utilizados actualmente a escala global se encuentran: (Rodríguez, 2011)

Adobe Photoshop: Es el gran referente en lo que a retoque fotográfico se refiere. Es el más potente software de edición profesional de imágenes que existe. Pensado para fotógrafos es posiblemente el mejor programa para llevar a cabo el flujo de trabajo de principio a fin. Múltiples opciones de importación, más de 60 potentes ajustes para las imágenes y toda una colección de posibilidades a la hora de presentarlas en papel, pantalla, o en la Web. Potentes herramientas con la garantía de Adobe. Las copias virtuales optimizan el tamaño del archivo fotográfico conservando los originales.

BeFunky: Se trata de una aplicación Web realmente completa. Su interfaz se estructura en seis pestañas que dan acceso a decenas de filtros y efectos. Cada uno de los cuales con sus ajustes propios y con aplicación en tiempo real. Es un programa con sencillez y grandes resultados.

Paint Shop Pro Photo: Administra y edita las fotografías con una gran variedad de efectos y filtros. Permite exportar las colecciones de fotos a películas en alta definición (HD).

Picasa: Permite edición básica, compartición y subida a Web, impresión. Además de sincronización con álbumes Web, organización por rostros e integración con Google+.

Photoscape: Programa de edición de fotografías simple y potente que permite acercarse al mundo del postprocesado a cualquier usuario.

Photo Light Pro: No es un programa de editar imágenes sino un software pensado para la planificación de la luz en la fotografía de estudio a través de modelos personalizables en 3D (tercera dimensión) y una interfaz fluida e intuitiva que permite probar todas las combinaciones posibles para realizar una fotografía.

SumoPaint: En una línea muy parecida a Pixrl, SumoPaint, se suma a las aplicaciones online que recogen la esencia de la interfaz de Photoshop, pero además de la apariencia, permite manejar interesantes funciones como capas, filtros, con gran fluidez. Este programa tiene una interfaz muy cuidada con capas, filtros, ajuste. El programa está equipado con un pack muy completo de posibilidades.

Estos programas son empleados en la realización de fotografías panorámicas: *Autosticht* (permite panorámicas en horizontal y vertical simultáneamente). *AutoPano Pro* (basado en los algoritmos de *Autosticht*, posee realizar un ajuste de tonos para acoplar perfectamente las imágenes). *Panorama Maker* (permite realizar panorámicas a partir de JPEG).

1.12 Tendencias de la fotografía en el 2013

La fotografía la igual que la moda se rige por patrones o tendencias que dictan el modo de empleo, colores, perspectiva, composición y otros factores. De acuerdo con el portal Web de Nikon (www.starcenter.com.uy/noticias/nikon-tendencias-de-fotografia-para-el-2013-65.html), una de las marcas de cámaras fotográficas más exitosas y comercializadas del mundo, en el año 2013 los estilos estuvieron marcados por la aparición de nuevas y viejas formas de realización. Las tres principales tendencias que dominaron el mundo de la imagen fueron:

La fotografía panorámica a 360° o pequeños mundos: Estilo defendido por Sam Rohn, fotógrafo estadounidense especializado en fotografía panorámica. Permite visualizar un lugar a 360° en una sola imagen, aparentando envolver la panorámica alrededor de una esfera, de modo que un paisaje natural o urbano se convierte en algo que recuerda a un planeta. Esta tendencia logra mostrar una nueva perspectiva del mundo circundante del ser humano, además permite visualizar los lugares de un modo que hasta ahora no era posible con los equipos y técnicas fotográficas tradicionales, liberando así al fotógrafo del encorsetamiento de una perspectiva normal.

Fotografía monocroma: Tendencia empleada por el reconocido fotógrafo británico Jeremy Walker. La creación de imágenes monocromas equivale a la fotografía en su estado más simple y puro. La atención se concentra en el tono, textura, forma, escena y atmósfera de la foto, y muy especialmente, en su impacto visual. Las imágenes en blanco y negro poseen simplicidad y profundidad, cualidades que en un mundo de color resaltarán y causarán impacto.

Fotografía a alta velocidad: Modalidad difundida por Morten Rygaard, fotógrafo danés especialista en este tipo de fotografía. Esta tendencia fotográfica es una manera fascinante de capturar imágenes y que el ojo humano no vería en condiciones normales. La fotografía a alta velocidad permite capturar el punto de impacto o de explosión, y congelar en el tiempo movimientos que suceden a una velocidad vertiginosa.

Conclusiones parciales

La utilización de la fotografía en los sitios Web constituye una tendencia en el mundo moderno como estrategia para captar la atención del usuario. Quien ofrezca propuestas más atrayente logrará mayor tráfico en sus páginas y por lo tanto más visitas y un posición en Internet. La elaboración de los mensajes de los productos fotoperiodísticos para estos espacios debe estar encaminada para una lectura sencilla pero no desprovista de significados.

CAPÍTULO II

IMÁGENES PARA UNA SOLUCIÓN

El fotorreportaje como código gráfico en la construcción de la realidad en la web de la Editora Girón, es una investigación que se desarrolla en la página Web del Editora Girón de la provincia de Matanzas, Cuba. Con el rediseño de este portal digital en el año 2012 y como parte de una de sus modificaciones más relevantes, el empleo y explotación de la imagen como recurso gráfico, esta página Web se distingue dentro de las de su tipo en la provincia. Esa transformación constituyó un paso determinante para la proyección y posicionamiento del sitio en el ciberespacio.

Las investigaciones de géneros dentro del Periodismo Hipermedia en Matanzas presentan pocos antecedentes, con excepción del Trabajo de Diploma *Re pensar al dossier* (Universidad de Matanzas, 2013), de Pedro Arturo Rizo.

2.1 Una mirada frente al píxel

El presente Trabajo de Diploma se inserta en la línea de investigación *Comunicación Hipermedia, Tecnología y Sociedad* del Departamento de Periodismo de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos. De acuerdo con sus características se clasifica como una investigación **comunicológica**, pues estudia los procesos comunicacionales desde una perspectiva teórica, según la perspectiva de Alonso y Saladrigas (2000,72).

Partiendo de una perspectiva **mixta**, se propone una investigación **descriptiva**, “con el propósito de describir el fenómeno y especificar sus propiedades, rasgos o tendencias”. (Alonso y Saladrigas, 2000,13)

La **población** de la investigación contuvo las ediciones Web y sus correspondientes actualizaciones entre septiembre de 2012 hasta el diciembre de 2013, con un estudio de casos múltiples.

Las páginas digitales no pueden ser consideradas como una sola edición cada día que son publicadas, pues de acuerdo con las rutinas productivas a escala internacional se actualizan en intervalos de tiempo determinados atendiendo a la producción y circulación de información.

La **muestra** corresponde a los 33 trabajos publicados de acuerdo a la clasificación de “fotorreportajes” realizada por el personal que labora en la página web, en el intervalo de tiempo delimitado en el problema de la investigación bajo el criterio de selección intencional por parte del investigador de acuerdo con las teorías, conceptos existentes y los criterios expresados por los fotorreporteros.

La **unidad de análisis** en esta investigación correspondió a los fotorreportajes (siempre y cuando cumplieran con los requisitos que exige este género, contenidos en el capítulo teórico – referencial de la investigación) publicados en el sitio Web de la Editora Girón desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013.

En este caso, de acuerdo con los criterios expresados por los especialistas del tema y a partir de las dimensiones de la categoría de análisis, el problema científico y los objetivos planteados en la investigación, se seleccionó los fotorreportajes que fueron analizados por el investigador para el estudio correspondiente.

El análisis posibilitó que dentro de los fotorreportajes publicados en la página Web del periódico Girón en el período delimitado se determinara, en primer lugar, los trabajos que realmente reunieron los requisitos para poder clasificarse como tal, si la producción de su mensaje se correspondió con las exigencias del periodismo cubano actual y a escala mundial y su elaboración estuvo de acorde con la realidad del mundo circundante y a las estructuras sógnicas correspondientes, en tercer lugar si estas publicaciones cumplieron con los preceptos básicos del periodismo *qué, quién, cómo, cuándo y dónde* de los hechos narrados y los valores noticia que todo producto comunicativo periodístico debe contener. Como

otro elemento se analizó la utilización de los recursos que brinda el periodismo hipermedial: multimedialidad, interactividad e hipertextualidad.

2.2 Categoría de análisis y sus dimensiones

Esta investigación tiene como **categoría de análisis** los valores textuales del fotorreportaje, entendidos como el sistema sígnico sobre el que se construye el mensaje, desde ciencias como la Semiótica y Teoría de la Comunicación.

Los valores textuales en este trabajo, se refieren al conjunto de características del fotorreportaje como código gráfico, en los fotorreportajes publicados en Girón Web entre septiembre de 2012 y diciembre de 2013.

La categoría de análisis se medirá a través de sus dimensiones lo que permitirá la realización del análisis de los fotorreportajes seleccionados.

Como **dimensiones** de la categoría de análisis se plantearon.

- La construcción y característica del mensaje a partir de la fotografía como texto.
- Uso de códigos, signos, símbolos.
- Texto (tanto escrito como visual empleado en los fotorreportajes)
- Significado/significante (desde el punto de vista de semiótico en la transmisión del mensaje a través de estructuras sígnicas)
- Análisis de la imagen: composición, estética, elementos denotativos y connotativos de la fotografía, Ley de los tercios, presencia de los preceptos del periodismo (*qué, quién, cómo, dónde y cuándo* de los sucesos narrados), formatos y programas de edición de fotografía.
- Valores noticias: Inmediatez, Interés humano, Originalidad, Prominencia.
- Clasificación de los fotorreportajes de acuerdo a las temáticas que abordan.

- Utilización de los recursos del periodismo hipermedial: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad desde las rutinas productivas.

Los valores noticias es la clasificación que ordenan el proceso de construcción de la noticia. Son por tanto reglas prácticas que incluyen un corpus de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción”. (Wolf, 1989, 120)

En la investigación se propone cuatro valores/ noticias (Betancourt, 2003,28):

Inmediatez: Proximidad en el espacio o el tiempo.

Interés humano: Pública sensibilidad social.

Originalidad: Carácter novedoso en los trabajos periodísticos en el momento de la confección.

Prominencia: Carácter singularmente destacado de personalidades y lugares.

2.3 Métodos y técnicas

- Análisis de contenido

Para ofrecer solución al problema planteado y darle cumplimiento a los objetivos propuestos en la investigación fue imprescindible la descomposición y el estudio minucioso de los fotorreportajes publicados en la página Web del semanario Girón, por lo cual se determinó entonces la aplicación del análisis de contenido como método principal en la investigación.

Este permite el estudio de cualquier forma de comunicación humana, especialmente emitida por los medios masivos. (Álvarez, 2007,163). En la **Guía Didáctica para investigar en comunicación social** (2000,65), Hilda Saladrigas y Margarita Alonso exponen que este método de investigación se dedica a la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación. Objetiva, porque las categorías utilizadas deben ser precisas;

sistemática, porque el contenido debe analizarse de acuerdo con un plan predeterminado y sin prejuicios, analizándose todo el contenido; y cuantitativa, porque aunque conlleva análisis cualitativos, siempre los resultados deben expresarse en forma numérica.

Para la realización del análisis se seleccionaron de la muestra, cuáles fotorreportajes cumplieran con las características de este género fotoperiodístico y se elaboró una guía con los parámetros (ver tabla Anexo 4) a medir durante el estudio.

Para determinar cuáles trabajos cumplieran con estos requisitos, la investigación se basó en las teorías recopiladas durante el proceso de revisión bibliográfica – documental y los criterios ofrecidos por los fotorreporteros entrevistados y especialistas del tema recogidos en las entrevistas aplicadas. Las opiniones y conceptos teóricos coincidentes se tomaron en consideración como punto de partida para el proceso de selección.

A los trabajos seleccionados, se les realizó el estudio en correspondencia con las dimensiones de la categoría de análisis de la investigación (epígrafe 2.2). Estas se aplicaron a cada uno de los trabajos escogidos y con cada fotografía que lo conformaba. Los resultados fueron recogidos en una tabla (ver anexo 4) con los parámetros a evaluar, lo que permitió arribar a las conclusiones, recomendaciones y a la confección de la propuesta metodológica para el uso de la fotografía, específicamente del fotoperiodismo y sus géneros entre ellos el fotorreportaje en las páginas Web como resultado final del Trabajo de Diploma.

- **Entrevista en profundidad**

Se realizó a los especialistas en el tema del fotoperiodismo en Cuba y en América Latina. “Se considera, en tal sentido, que la propia estructura, con que la persona entrevistada presenta su relato, es portadora en ella misma de ciertos significados que no deben alterarse”. (Sandoval, 1996,145)

Se aplicó un temario con preguntas comunes para los fotorreporteros Carolina Vilches, René Massola, Ricardo López, Adalberto Roque, y el periodista Amaury Betancourt. Con ello se buscó mediante las mismas preguntas indagar y conocer los criterios que tienen cada uno de estos profesionales de la imagen acerca de la temática en cuestión. Este cuestionario se confeccionó con la finalidad de realizar un cruzamiento entre las repuestas ofrecidas por cada uno de estos especialistas en sus entrevistas, lo que posibilitó la búsqueda de elementos teóricos y prácticos coincidentes y diferenciadores que sirvieron como de punto de partida para el análisis de contenido de los trabajos fotoperiodísticos publicados en el portal Web del semanario Girón.

En el caso de Julio Menajovsky se empleó una entrevista específica y común para este investigador debido a lo limitado de su tiempo y el acceso al mismo, pues el teórico reside en la República de Argentina.

Se contó, además, con el criterio de Kaloian Santos Cabrera, quien se desempeña como periodista y fotorreportero del periódico Juventud Rebelde y del sitio Web Cubadebate.

La selección de los entrevistados está en correspondencia con el objetivo específico número dos planteado en el cuerpo de la investigación.

- **Observación participante**

Propició estar presente durante el proceso productivo en el sitio Web que se estudió, cómo se estructuran y organizan los trabajos periodísticos de acuerdo al nivel de importancia y necesidad informativa en correspondencia con las ideologías que defiende esta editora, la competencia profesional y la preparación de los periodistas que tributan para este sitio.

Este método (Sanz, 2006,115), permite que el investigador observe mientras participa de las actividades del entorno que trata de conocer. El investigador se inserta en la vida cotidiana del contexto estudiado.

- **Revisión bibliográfica-documental**

“Permite la revisión de la literatura y documentación existente relacionada con el tema que se aborda” (Sanz, 2006,76). Este paso en el proceso investigativo permitió la recopilación de la bibliografía existente en cuanto al tema de fotoperiodismo y fotorreportaje, con lo que se recogió las teorías y criterios acerca del tema.

Para ello examinamos textos relacionados con el análisis de fotografías, artículos especializados de fotoperiodismo y de fotorreportaje, construcción del mensaje y de la realidad en los medios de comunicación, de redacción en Internet y del llamando periodismo 2.0.

- **Triangulación metodológica**

“Esta técnica consistente en la utilización de diferentes métodos para estudiar un mismo problema” (Álvarez, 2007,32). Esta se aplicó con las respuestas de las entrevistas en profundidad, la revisión bibliográfica-documental y la observación participante. La aplicación la triangulación posibilitó, en primer lugar, la reducción de los márgenes de errores en cuanto a la aplicación de conceptos en el momento de realizar el análisis de contenido de los fotorreportajes y en segundo lugar la opción de elaborar una guía metodológica para la correcta utilización de la fotografía de forma general y de los conceptos de fotoperiodismo y fotorreportaje en los sitios Web.

- **Métodos teóricos**

Análisis-Síntesis: Permitted la descomposición y estudio de los fotorreportajes de acuerdo con las exigencias de este género fotoperiodístico para su producción y en consonancia con las particularidades de los portales Web. Los resultados se plasmaron de forma sintética y explícita en el informe final del Trabajo de Diploma.

Histórico-Lógico: Con la selección del tema de estudio se enmarcó los límites temporales del objeto de estudio de la investigación de forma ordenada lo que posibilitó la confección de los fundamentos teóricos que sustentan el Trabajo de Diploma.

Inductivo-Deductivo: Este método propició que la investigación se desarrollara de lo general a lo particular, y propició el consiguiente análisis de los fotorreportajes y la elaboración de las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Conclusiones parciales

La estructura metodológica presentada anteriormente resultó imprescindible para la realización de la investigación, con la consiguiente resolución del problema de investigación y la obtención de los resultados correspondientes. Con ello se accedió a criterios especializados en la materia de estudio y una organización rigurosa en el estudio realizado. También posibilitó la redacción de las recomendaciones pertinentes para el empleo de la fotografía y la realización del fotorreportaje de forma correcta en el sitio web del periódico Girón.

CAPÍTULO III

SOLUCIÓN BAJO EL LENTE

“Al enseñarnos un nuevo código visual, las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de qué vale la pena mirar. La empresa fotográfica es darnos la sensación de que podemos apresar el mundo entero en nuestras cabezas, como una antología de imágenes”.

Susan Sontang

Cada fotografía que se colocan en Internet es leída por los ciberusuarios que acceden a ella de disímiles maneras. En este proceso de recepción y asimilación, está presente el tema que aborda las instantáneas y el cual conduce a la toma de posición y formación del criterio unido al bagaje cultural, político y social del receptor y la capacidad de manipular que tenga el fotógrafo.

Por lo tanto la innovación tecnológica no alcanza para producir por sí misma cambios irreversibles en la lectura de fotografías de prensa que atenten contra su propia existencia. (Menajovsky, Brook, /s.a. /,15)

La digitalización abrió a la fotografía informativa nuevos canales de circulación. El dispositivo tecnológico es apenas una variable más dentro de la complejidad de los sistemas sociales donde surgen y se desarrollan las prácticas de producción y lectura de fotografías. (Menajovsky, Brook, /s.a. /,16)

3.1 Los fotogramas y las nociones humanas

Sin la expansión de Internet, los seres humanos permanecerían a la espera de las noticias a través de los medios tradicionales de información, dígame radio, televisión, periódicos y revistas; y con ello los recursos gráficos se mantendrían secuestrados entre el papel y la tinta.

El mismo proceso evolutivo que posibilitó que el hombre sea lo que es hoy en día, también se dio en los procesos tecnológicos. Con el crecimiento de la población a escala planetaria y la obsolescencia de la tecnología y el desarrollo de otras más

avanzadas, se sentó las bases para que Internet como otras innovaciones comenzara a formar parte indispensable de la vida humana.

Las fotografías dejaron de circular de estancillo en estancillo para formar parte de redes sociales, compartirlas con amistades, portadas de blogs y como estrategia discursiva de los medios informativos digitales para expandirse en la red y facilitar la circulación más rápida de las informaciones por todo el planeta.

Con la inclusión de las imágenes en el ciberespacio, los géneros del fotoperiodismo, como el mismo fotoperiodismo se comenzaron a adaptar a los nuevos espacios, siempre manteniendo los presupuestos teóricos específicos para este tipo de producto comunicativo.

El periodo Giron como todo medio informativo que evoluciona lanzó su página web el 12 de mayo de 2000, aprovechando las posibilidades de la ciencia y la tecnología para difundir sus mensajes por todo el ciberespacio. En septiembre de 2012 se relanzó con un nuevo diseño con el empleo de los recursos gráficos como una de sus modificaciones más importantes. Para acceder a este sitio el usuario puede realizarlo mediante la dirección www.giron.co.cu.

Cuando se trata de abordar el fotorreportaje; dentro del gran campo que es el fotoperiodismo; en Cuba el tema resulta escabroso. Primeramente el género floreció a escala internacional en magazines como LIFE, “en Cuba específicamente toma auge en la década de los 60 y 70 del siglo XX en publicaciones como las revistas INRA o CUBA, un poco en los mejores momentos de Bohemia y también Juventud Rebelde en sus buenos tiempos de tabloide de gran tamaño”; según Adalberto Roque en su entrevista para la investigación.

Desde el mes de septiembre de 2012, fecha de su rediseño hasta diciembre de 2013, se publicaron un total de 33 fotorreportajes. De ellos se comprobó que solamente 16 cumplieron con los requisitos exigidos para clasificarse como tal para un 48.48%. La selección se realizó con el apoyo de los conceptos teóricos

recogidos en el capítulo 1 de la investigación, las referencias con otros sitios que publican este género fotoperiodístico y los criterios ofrecidos por fotorreporteros y especialistas del tema durante las entrevistas.

Para el proceso de análisis se tuvo en cuenta las normas de redacción para escribir en Internet, así como las características del Periodismo Hipermedial, definidas por Ramón Salaverría en su libro **Redacción Periodística en Internet**.

3.2 Incomprensión con el mundo de los píxeles

Los resultados anteriores son consecuencia de la incorrecta aplicación de los conceptos de fotoperiodismo y fotorreportaje. La utilización de una única imagen con un texto de larga extensión no constituye un fotorreportaje y por tanto clasificarlo como tal es una equivocación.

Este tipo de trabajo desde hace décadas siempre se utilizó en los periódicos impresos, fenómeno que continúa ocurriendo, pero con las nuevas tendencias se ha extrapolados a los cibermedios, en cualquiera de estas dos vías los conceptos teóricos que dictan qué es un fotorreportajes se mantienen, lo único que cambia es el momento de elegir los códigos para la elaboración del mensaje periodístico y las normas de redacción.

Entra entonces a desarrollar un papel primordial las rutinas productivas, competencias profesionales y las ideologías de los medios de prensa. La inamovilidad de estas trae como consecuencias la construcción de mensajes menos atractivos y creíbles. Un discurso periodístico con pocos matices en su estructura puede llegar a crear rechazo y generar poca aceptación.

En sitios digitales se mantienen esta misma tendencia de pensamiento. En Cuba portales web como Cubadebate y la Jiribilla realizan propuestas fotoperiodísticas que son para tomar en consideración como puntos de referencia.

3.2.1 Rutinas productivas o el dictador de los espacios

¿Qué sucede cuando las rutinas productivas, competencias profesionales y las ideologías no operan cambios cuando se trabaja para el ciberespacio?

El periódico Girón es el órgano oficial del Comité Provincial del Partido Comunista en la provincia de Matanzas y por lo tanto responde a los intereses ideológicos de esta organización. Su estructura organizativa se rige por un plan de trabajo semanal que se discute en una reunión efectuada los lunes al comienzo de cada semana y en la cual se asignan las coberturas informativas a periodistas y fotógrafos.

Los trabajos periodísticos son revisados por el jefe de información (quien puede indicar algún pedido informativo específico) y los correctores.

Un plan de trabajo que enmarque el desarrollo informativo semanal trae consigo la limitación de las posibilidades creativas de los profesionales del medio. Por lo que todo lo que se elabore fuera de este marco estructural se dirija para la página web, espacio que por las tendencias a nivel mundial se actualizan en intervalos de tiempo determinados por el flujo de información constante en Internet.

Las rutinas productivas no enmarcan al fotorreportaje dentro de su estructura organizativa para la producción de productos periodísticos salvo en ocasiones determinadas como son eventos deportivos como el campeonato nacional de beisbol o actos de relevancia política para la provincia.

La organización del trabajo, que en los medios está fuertemente estratificada, deja las decisiones de edición en manos del personal jerárquico. Dado un tema, cuanto más alto es su grado de noticiabilidad - y por ende son mayores las consecuencias de la postura que el medio asume en relación con él-, más alta es la jerarquía de quien toma las decisiones acerca de la organización del discurso con que se lo presenta. Y más alejado de esa construcción está el fotógrafo que presenció y documentó los hechos. (Menajovsky, Brook, /s.a. /,9)

Para Adalberto Roque uno de los fotorreporteros entrevistados; en la prensa cubana, la rutina productiva está supeditada a la ideología, no solo de los directivos, sino del cuerpo de periodistas. No importa cuán explotados estén y cuan repetitivas sean las coberturas, directivos y autores insisten en aplicar la fórmula anual que ofrezca los consabidos resultados “positivos”.

Afirma Roque que esta fórmula no constituye en absoluto una garantía de éxito en la comunicación y mucho menos en el desarrollo visual del medio. Sin embargo, esta fórmula repetitiva y “segura” parece tener más interés en demostrar la adhesión ideológica de los creadores con el partido líder, que en mostrar la riqueza misma de los eventos.

Explica Amauris Betancourt periodista y fotorreportero de la provincia de Holguín, que los directivos de los medios de prensa se preocupan más por un texto con cualquier foto, foto esta generalmente ilustrativa y no informativa como debe ser, que por una fotografía con muchos más valores informativos. Se exige el texto y para llenar espacio se completa con una fotografía. Los fotoperiodistas terminan por lo general haciendo coberturas informativas para el archivo porque muchas veces sus fotografías no se publican.

“Cuando los directivos de un medio de prensa no tienen claro el alcance y potencial del fotorreportaje, este no se utiliza”, explica Carolina Vilches del periódico Vanguardia de Villa Clara. (Ver anexo 6 pregunta 5)

El espacio es el gran dictador, según René Pérez Massola del periódico Trabajadores, pues la prolongación de esto en el tiempo ha ayudado a que se instale en la mente de los directivos la idea de que es un desperdicio de espacio dedicarle una página a un reportaje gráfico, como no sea que de instancias superiores o un tema como los desastres naturales impongan la necesidad de emplear este recurso periodístico.

Muchos de estas propuestas, elaboradas en un principio para la edición impresa del periódico son enviadas para el sitio digital con la misma estructura y el mismo lenguaje como si fuera a publicarse en el semanario.

Resultado, los trabajos no cumplen con las exigencias ni normas de redacción de Internet (periodismo de volcado), esto ocurre con la utilización las imágenes que sufren las mismas consecuencias que los textos. Lo anterior se resume en: la página web es considerada la papelera de reciclaje del periódico para el autor de esta investigación.

En cuanto al tema central de este Trabajo de Diploma, el estudio arrojó el desconocimiento por el fotoperiodismo y sus géneros con la consiguiente aplicación de forma errónea del concepto de fotorreportaje y por lo tanto la elaboración de mensajes con los códigos incorrectos.

3.3 ¿Ser o no ser?

Algunos trabajos se clasifican de forma errónea de acuerdo a la temática que abordan y por consiguiente se colocan en secciones que no les corresponde. Por ejemplo el fotorreportaje Otro logro de la Cueva de Bellamar se ubicó en las secciones de internacionales, cuando realmente no constituía para nada el eje central de la temática del trabajo.

Existen componentes que este género fotoperiodístico debe contener en su estructura y que muchos de estos trabajos no los presentan: epígrafes y pies de fotos. Aunque existen divergencias en cuanto al empleo de los mismos, esto no quiere decir que en algunos trabajos publicados en este sitio se utilicen para situar al usuario de qué es lo que observa sin llegar a describir la imagen y para organizar estructuralmente el fotorreportaje.

En cuanto a los pies de fotos, existen fotorreportajes como *Carboneros, Jóvenes de Matanzas colmarán de alegría a Ecuador...* que ubican al ciberusuario en el contexto donde se desarrollan los hechos. En la otra punta del iceberg los que no

los tienen (*Un encuentro singular, Cueva de Bellamar: Revelaciones bajo tierra...*) por decisión propia del autor quien definitivamente es el creador del producto comunicativo, y que en cierta medida deberían tenerlo como parte de la construcción del mensaje, para una mejor lectura en las imágenes.

Los títulos de los fotorreportajes rozan lo ambiguo y la falta de creatividad. Si se tiene en cuenta que estos son imprescindibles para que el usuario entre a la página y se quede en ella, pues son los titulares lo primero que observa. Lo anterior posibilita que todo aquel que visite la página de este semanario busque propuestas de titulares con una más factura atrayente y deje la misma.

Todavía se tiene la concepción de que se trabaja para la edición impresa del periódico, cuando la realidad es que los medios digitales son totalmente diferentes, por lo tanto las normas de redacción son diferentes también, he aquí de nuevo la presencia del periodismo de volcado. También es necesario recordar que esta página web es el rostro todos los días del periódico Girón y de la provincia de Matanzas dentro y fuera de la frontera nacional y por lo tanto todos los errores que se comentan empañan la imagen de este medio informativo y el de muchos profesionales de la prensa que en él laboran.

De los 16 fotorreportajes analizados dos de ellos rebasan el límite de fotografía que puede contener este género fotoperiodístico, pues ellas deben oscilar entre 4 y 15 instantáneas, para algunos profesionales del lente la inclusión de hasta 21 instantáneas es permisible, ellos son: *Matanzas: feliz 320 aniversario* y *Fidel y Chávez: una amistad entrañable*, con 31 imágenes cada uno. René Pérez Massola, fotorreportero del semanario Trabajadores expone que más de 24 fotogramas en un trabajo fotoperiodístico se consideran un fotoensayo.

En las fotografías empleadas en los fotorreportajes no se conoce el autor de la misma y no se encuentran protegidas contra posibles copias, para ello existen vías como las marcas de agua, copyright y creative commons (cc). El único caso que se puede excluir de lo anterior es *En Fotos: La fiesta de Matanzas y Villa Clara* del

periodista Gabriel Torres Rodríguez, en el cual las imágenes cuentan con la autoría del fotógrafo Ramón Pacheco Salazar.

En cuanto a la utilización de los recursos hipermediales:

- La página cuenta con la posibilidad de interacción a través de espacios concebidos para que el usuario que acceda pueda comentar, compartir a través del espacio SHARE y votar según su criterio acerca del trabajo en cuestión.

- La selección de las palabras links para los hipertextos debe ser cuidadosa y selectiva. Existen trabajos en los cuales no aparece ninguna en el texto que conforma el cuerpo del fotorreportaje. Los vínculos pueden aparecer desde el mismo título. En los tags que aparecen al final de cada página sí se encuentran hipervínculos. Por lo que la hipertextualidad es empleada en muy poca ocasiones.

- En diversos casos para acceder a la totalidad de las fotografías se debe entrar a una galería de imagen colgadas con la ayuda del programa Picasa lo que dificulta la accesibilidad para aquellos usuarios que navegan en la Intranet.

Entre las limitaciones que atentan contra una producción de calidad o que cumplan con los valores/noticias que todo trabajo periodístico debe contener, se encuentra el tamaño del espacio que tiene el sitio. Aunque es de 1 Gigabyte, su servidor se encuentra alojado en la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (Etecsa), quien en ocasiones limita el espacio de la página web para darles prioridad a otros clientes que pagan los servicios de esta empresa.

Este factor inciden que se empleen las galerías de fotos para poder aliviar el sitio, solución esta que favorece a las personas que accedan a Internet directamente, quienes pueden entrar para poder ver las imagen colgadas en su totalidad.

Según el criterio emitido por René Pérez Massola, las galerías de imágenes no se enmarcan dentro del fotoperiodismo como disciplina. Amauris Betancourt

comparte similar criterio: “se elaboran galerías a las que se les llama fotorreportajes sin serlo”. (Anexo 8 pregunta 2)

Las reglas gramaticales del idioma español es uno de los aspectos a considerar en este espacio. En innumerables ocasiones se viola la regla de que los nombres propios se escriben con mayúsculas, en algunos de los trabajos analizados esto no se cumple, por solo citar dos ejemplos: Matanzas y Cuba aparecen en distintas ocasiones con minúsculas.

Entre los elementos denotativos y connotativos de las fotografías para la construcción del mensaje predominan los primeros planos y los planos de detalles. Si bien el plano general resulta más informativo por la amplitud que abarca su uso excesivo cae en la desinformación pues la inmensidad de códigos en un mismo ambiente para su decodificación inunda al receptor de una amplia gama de lecturas. Los demás planos, ¿dónde están?

Otro de los recursos empleados, la técnica de objeto, clasificación ofrecida por el semiólogo francés Roland Barthes, para que este sea el portador de significado y contengan los códigos para transmitir el mensaje; se aprecia en menor medida.

Ocurre similar cuestión con el empleo de diferentes lentes, luz, encuadres y colores. Recursos aplicados mínimamente en los fotorreportajes del sitio web del periódico Girón y fuentes de grandes potencialidades para la creación por parte de fotorreporteros y periodistas. La cultura fotográfica debe potenciarse para lograr una mejor proyección y posicionamiento en el ciberespacio.

De los fotorreportajes recogidos en la muestra, 25 se publicaron por periodistas del semanario, los restantes 8 corresponden a otros medios de prensa como es el caso de Cubadebate con 3 fotorreportajes, Radio 26 con 2 y Radio Rebelde y Cubasi con 1 respectivamente.

El equipo de fotógrafos lo componen Ramón Pacheco Salazar y Abel López Montes de Oca, quienes se encargan de las coberturas desde el punto de vistas

fotográfico, aunque en ocasiones son los mismos periodistas los que toman las instantáneas que están en sus trabajos.

Del staff de periodistas del periódico Girón los que más trabajos publicados tienen son Dagoberto Arestuche (8), Jessica Acevedo (3) y Gabriel Torres (3).

Existe una especie de divorcio entre periodistas y fotógrafos que imposibilita la realización en muchos casos de fotorreportajes de calidad, en otros casos la construcción errada o mal elaborada de sus mensajes entra en juego, pues no se cuenta con la preparación necesaria por parte de los profesionales de la prensa para la elaboración de este tipo de género.

Un editor gráfico que ayude en la composición visual tanto para la edición impresa como para la página web, no existe en este medio de prensa. La decisión de qué imagen utilizar se encuentra en las manos de los mismos autores de los trabajos o el fotógrafo. Su papel en las redacciones informativas se abordará más adelante.

Los valores/noticias están determinados por los patrones políticos ideológicos a que está sujeto el semanario por constituir el órgano oficial del Partido Comunista en la provincia de Matanzas por una parte y por otra, los valores/ noticias están determinados por las constantes actualizaciones de la página web debido a la circulación de información que exige el trabajo en Internet.

En los fotorreportajes publicados por este sitio digital el valor/noticia que más predomina es la inmediatez en sucesos como la celebración de las actividades previas al Festival Mundial de la juventud y los Estudiantes, el advenimiento del aniversario de fundación de la ciudad o la celebración de los juegos correspondientes a la Serie Nacional de Beisbol.

El valor humano con menos presencia en los trabajos publicados puede aprovecharse más en cuanto a que exige llegar a la subjetividad de las personas con historias de mayor elaboración y preparación por parte del periodista o fotorreportero, solamente en *Carboneros* ejemplo de como una historia tan simple

pero bien contada es capaz de transmitir humildad y sencillez, narrando la vida cotidiana de los carboneros que viven en la Ciénaga de Zapata.

La prominencia depende en gran medida del hecho o personalidad que sea el protagonista del suceso. No toda historia tiene porque ser de prominencia periodística, valor este solo visto en los fotorreportajes dedicado a una de las facetas, la deportiva, del líder de la Revolución Cubana; Fidel Castro y la otra a la amistad entre Fidel y Hugo Chávez Frías. Ambos trabajos pertenecen a los sitios Cubasi y Cubadebate respectivamente.

La web no puede ser considerada una papelera de reciclaje en la que se vacía contenido y donde todo cabe, como se había afirmado anteriormente. Las páginas web son un medio totalmente diferente a los tradicionales, con pautas y normas de redacción y estilísticas propias del mundo digital. Los requisitos para escribir para Internet se recogen en el libro **Redacción Periodística en Internet** de Ramón Salaverría publicado en el año 2005.

3.3.1 No es contar una historia y nada más

El fotorreportaje como todo género dentro del periodismo implica investigación, análisis, observación, puntos débiles en el sitio web estudiado, pues la calidad de los trabajos publicados así lo demuestran (solamente 16 pueden clasificarse como fotorreportaje, sin que cumplan con las características de este género totalmente). Cualquier acontecimiento no se presta para realizar un fotorreportaje.

Como se trata de una historia contada a base de imágenes; los fotogramas deben ordenarse de manera lógica pues sino se pierde el hilo conductor del acontecimiento, con esto se logra coherencia y cohesión de todos los elementos que conforman al fotorreportaje en especial las fotografías que contiene el mismo.

En el estudio realizado se apreció que en algunos trabajos de forma general que las fotografías de los fotorreportaje desde el punto de vista de composición y

estética cumplían los requisitos informativos, pero en el momento de colocarlas su secuencia lógica rompía hilo conductor del acontecimiento.

Para la edición impresa del periódico la elaboración de los fotorreportajes que son publicados se realiza de una forma más cuidadosa y acabada, lo que posibilita un producto atractivo y coherente para el que acceda a esta versión del semanario Girón.

Lo antes descrito no sucede así en su página web donde en ocasiones se descuidan las normas gramaticales tanto para el texto escrito como para las imágenes que utilizan en sus trabajos.

Se emplean ejemplos de códigos que resultan en ocasiones fáciles de comprender para el ciberusuario que acceda la página, los mismos van desde los puentes que cruzan la ciudad de Matanzas en toda su extensión hasta las formaciones cálcicas que conforman el ambiente natural de las Cuevas de Bellamar o el quehacer cotidiano de los carboneros de la Ciénaga de Zapata.

Para la elaboración del mensaje no solo basta el empleo de los códigos correctos sino concebir la aplicación también los momentos claves para la construcción de la realidad propuestos por Peter Berger y Thomas Luckman en su libro **La construcción social de la realidad**.

Los autores exponen cuatro procesos fundamentales en cuanto a la construcción de la realidad: la institucionalización, la externalización, la objetivación y la internalización. (Berger y Luckman, 1991)

En cuanto a la institucionalización, Berger y Luckman la ven como patrón del orden del mundo social y que cumple la función de regular y orientar los comportamientos humanos. La segunda, la externalización es el proceso por el cual las instituciones aparecen fuera de los individuos como elementos persistentes en su realidad. La objetivación es la materialización, lo que le permite

al sujeto acceder a los conocimientos de su entorno y las experiencias de la vida cotidiana.

El último proceso en la construcción de la realidad es la internalización. Este constituye el paso para la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo.

¿Conocen los periodistas matanceros al público que accede a su página web, por qué no se propone una nueva política editorial?

Para responder lo anterior se debe realizar un estudio de audiencia para después realizar una estrategia comunicativa que contemple una nueva política editorial de la página, cuestión esta que no corresponde con el eje de la presente investigación, pero puede ayudar a elevar el índice de consumo del sitio web del periódico Girón por parte de los usuarios que navegan por la red de redes.

3.4 Nuevas tecnologías y viejas certidumbres

En una fotografía de prensa lo que contiene valor es la información que brinda por sí misma para producir emoción e impacto visual. Las reglas del mercado editorial indican que todo lo que coadyuve, dentro de ciertas normas que cada medio configura para sí, a generar esa sensación, otorgará un plus de valor al medio que lo publique, explica Julio Menajovsky en su artículo Nuevas tecnologías y viejas certidumbres.

La credibilidad de un medio es, entonces, una construcción social del mismo modo que lo es la relación entre fotografía y realidad. (Menajovsky, Brook, /s.a. /,10)

Tal como se plantea la información en los medios alternativos, la discusión acerca de la “credibilidad” está orientada hacia los contenidos y no hacia los formatos. La idea de “manipulación” está ligada a la selección y tratamiento de los hechos noticiables y de los distintos actores sociales y no a los dispositivos utilizados.

Es importante señalar en este punto que los dispositivos tecnológicos que se supone atentarían contra la fotografía de prensa, en el caso de la televisión porque la reemplazaría y en el de la fotografía y reproducción digital porque le restarían credibilidad, no logran desplazarla del lugar de representación fiel de la realidad en el que fue ubicada socialmente. La televisión no la sustituye sino que la utiliza como insumo, como soporte de la información, brindándole un canal de circulación alternativo a la prensa gráfica.

La fotografía de prensa como texto (visual), no aparece aislada sino formando parte del discurso periodístico, a veces como ilustración, otras como opinión y otras como información complementaria. En cualquier caso, siempre está sujeta a la línea editorial del medio en que se publica. Entonces, a la hora de preguntarse por la credibilidad de este tipo de imágenes se debe tener en cuenta su entorno inmediato que es el propio medio.

La imagen fotográfica es más que una forma de expresión icónica. La fotografía implica la exposición del objeto fotografiado y en la sociedad actual donde el individualismo da el tono principal, las personas se cierran cada vez más detrás de las pantallas de los ordenadores personales, en mundos segregados por barreras contra los flashes. (Teixeira, 1999,1)

La fotografía se expone no como un espejo de la sociedad, sino como la representación de ella misma. La fotografía es conductora de la comunicación y puede ser producida con muchas finalidades. La foto de prensa, en mayor grado que el texto escrito, aparece con una gran fuerza de objetividad.

Si una información escrita puede omitir o deformar la verdad de un hecho, la foto aparece como el testimonio fidedigno y transparente del acontecimiento.

Se puede entonces afirmar que la fotografía es pareja del texto y ambos se complementan. Las imágenes y el cuerpo textual que lo acompaña debe estar sincronizados y así ayudar al receptor en el entendimiento del mensaje que quiere

transmitirse con lo que se evitará el ruido en el esquema que compone la comunicación (emisor-mensaje-receptor; mediante los canales que se determinen para la transmisión).

Al fotoperiodismo le cabe el papel de informar con lenguaje propio de los acontecimientos sociopolíticos y económicos de la sociedad y siendo un medio de comunicación no verbal contiene gran credibilidad junto al público, porque capta el momento del hecho.

Todo el trabajo ejecutado por el reportero gráfico en crear y demostrar un fragmento del tiempo y del espacio para información de la noticia, en la mayoría de las veces es distorsionada por la edición, con el uso connotativo de leyendas, que remiten al lector a hacer análisis de una lectura ya decodificada por los cortes impuestos por los periodistas responsables o por la necesidad de distribución de espacio, explica Luiz Augusto Teixeira Ribeiro, profesor de la Universidad Estatal Paulista de Brasil, en su artículo *Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética*.

La mayor parte de las fotografías son utilizadas como mero elemento ilustrador de texto, desfigurando la función primordial de la imagen, que es concentrarse en el mensaje visual sobre el hecho vinculado, continua explicando Teixeira Ribeiro.

El tratamiento digital de las imágenes no puede envolver la desfiguración de la imagen retratada. Además de la falta de ética, tal procedimiento infringe el derecho de autor, según el cual está vedada la alteración de los datos de una obra de arte o de una fotografía.

Texto y fotos son dos códigos usados como medios de comunicación. Sí las palabras valen por los argumentos, la fotografía puede traer para sí la capacidad de evaluar el grado de veracidad de los argumentos o configurarse como la propia expresión de la verdad. (Teixeira, 1999,3)

La fotografía entendida como texto dentro del proceso de elaboración del mensaje periodístico con la aplicación de ciencias como la semiótica y los diferentes estudios de teoría de la comunicación no se aprecia en la totalidad de los fotorreportajes publicados.

Cada palabra y fotograma que compone un fotorreportaje es portadora en sí misma de significado y forma parte de un sistema de significación y unidad denominado texto, en su acepción más generalizada.

El significante/significado o para mejor entendimiento entre nombre del signo y la referencia o pensamiento rompe con su relación semántica, luego que no se corresponde con la realidad referente que muestra.

La construcción del discurso periodístico está en correspondencia con patrones de índole ideológicos, pues de los 16 trabajos estudiados, 5 corresponden a temas políticos e históricos.

En los trabajos publicados el contexto donde se desarrolla los acontecimientos pudo haberse explotado con mayor rigor por parte del personal periodístico. Como parte del contexto se encuentran los objetos, personas y el ambiente donde ocurre determinada situación y que posibilita que un acontecimiento pueda adquirir los criterios de noticiabilidad requeridos, los criterios que dependen en gran medida de los presupuestos que cada medio de prensa dicte.

El contexto global se hace evidente o relevante en la identificación del desarrollo o proceso del discurso en acciones.

Como parte de la construcción del discurso en los mensajes periodísticos existen parámetros que no se pueden violar: las reglas de redacción y de gramática, las características del público (diferentes creencias, nivel cultural, edad, ideologías y el contexto donde se desarrolla entre otros aspectos) que accede a la página web dentro del gran espacio que es Internet.

El fotorreportaje constituye un género para la interpretación de la realidad que a su vez se transforma en un vehículo informativo para la formación de la opinión y puntos de vistas. Por lo que su elaboración debe contener diferentes etapas antes de entregarse como un producto finalmente acabado.

La construcción social de la realidad y del mensaje en consecuencia con las diferentes fases propuestas por Peter Berger y Thomas Luckman conduce a la elaboración de un discurso periodístico más atractivo y creíble. Para ello la utilización de los recursos gráficos en este caso, las fotografías, dotan de mayor credibilidad siempre y cuando el usuario que navegue por internet posea el bagaje cultural para realizar una correcta lectura de la imagen a la cual está expuesto.

3.5 Fotografías para la web o una web con fotografías

Michelle Henning, en su artículo *Encuentros digitales: Pasados míticos y presencia electrónica* afirma que: “un avance técnico sólo adquiere significado a través de los usos sociales para los que se emplea. Las teorías del lenguaje y la interpretación sugieren que ningún texto está fijado a su significado de manera firme e inevitable; por tanto no es posible categorizar un texto cultural como si inevitablemente funcionara en una u otra forma, porque hacerlo sería asumir una relación fija y estable entre el espectador y la imagen”. (Menajovsky, Brook, /s.a/, 14)

“Las nuevas generaciones crecidas a la sombra de la tecnología digital, están aptas para expresarse a través de la web. Las generaciones más jóvenes, están trabajando por encargo. Se sienten frenados y están incursionando en Twitter, en los blogs, en Facebook, en los comentarios de sitios oficiales o no oficiales, bajo estrictas reglas”. (Entrevista con Adalberto Roque)

Explica Roque que los periodistas sienten la presión de que “serán leídos por los superiores”, y repiten un discurso a punto de ser ineficiente por carencia de

creatividad y renovación en aras de adecuarse a los tiempos que corren, o recurren a expresarse en temas intrascendentes donde nadie les juzgara.

Con los fotógrafos ocurre un evento similar en la web, -fuera del mensaje oficial que no es más que la réplica del medio para el cual trabajan-, sus imágenes se incorporan lastimosamente a la imaginería cándida y muchas veces ridícula del turista en su propia tierra. No suelen traspasar la puerta de la apariencia externa. Con un pelotón así, de soldados sin convicciones, no vas a ningún lugar en la web porque nadie es su sano juicio les tienen en cuenta como referencias. (Ver entrevista Anexo 9)

En la web la concepción del fotorreportaje es similar en teoría, pero en la práctica tiene sus especificidades. Se debe sumar al dominio de la metodología del género, el conocimiento del discurso de la fotografía dentro del lenguaje del periodismo hipermedia.

Se debe trabajar en aceptar la fotografía como texto informativo y no como algo bonito para embellecer la página o para llenar espacio.

Para René Pérez Massola los portales web, salvo excepciones como Cubadebate, suelen recurrir a las llamadas galerías de imágenes que no tiene nada que ver con el concepto de fotoperiodismo.

El proceso de edición de las fotografías que se colocan en la web del periódico Girón se realiza por el personal que trabaja en ella: periodistas, jefa de la página y los fotógrafos cuando realizan las coberturas informativas.

Entre los programas para la edición se encuentran Adobe Photoshop y Picasa, este último empleado para la elaboración de las galerías de fotos dentro de los trabajos que se cuelgan en la sitio. Los formatos empleados para la publicación de instantáneas en el sitio digital son: GIF, JPEG, PNG y TIFF.

De ahí la importancia de un editor gráfico en la página web que participe en el proceso de conformación de productos cuyo sustento sean las fotografías. Si en la radio o la televisión los editores participan en conjunto con el periodista y el camarógrafo (en el caso de la televisión) en una parte del proceso de elaboración del material informativo, por qué no se existe la figura del editor gráfico tanto en la prensa plana como para la web donde las imágenes atraen a las personas.

Este tipo de editor, es la persona capaz de darle orden a las fotografías con lógica y sentido común a los acontecimientos en el momento de contarlos, lo que incluye el proceso de conformación y elaboración del mensaje sin que este pierda su esencia. El editor gráfico puede ayudar a elaborar una estrategia informativa en función de organizar las imágenes en aras de crear un discurso más agradable desde el punto de vista gráfico.

En el momento de accionar el obturador de la cámara primeramente se debe organizar visualmente el momento a fotografiar y pensar que son los ojos de otras persona quienes recibirán el mensaje gráfico.

Juvenal Balán Neyra, fotógrafo de periódico Granma explica en su artículo La foto noticia, que la foto informativa puede transmitir un mensaje completo, con capacidad de expresión, de descripción y de información insuperables, a los cuales, a veces, la palabra no puede llegar. Una buena fotografía es más que una fugaz mirada a la realidad.

La agenda temática de la página web está supeditada al flujo de informativo que circula a escala internacional, en el país y lo que es noticia en el ámbito provincial; las actualizaciones se realizan en un intervalo de tiempo determinado por la circulación de información.

Al no existir una carta de estilo que regule el uso no solo de las pautas para la redacción para Internet sino también la resolución y tamaño de las fotografías, lo que puede posibilitar que los fotogramas que se emplean en los trabajos

publicados pueden presentar problemas en cuanto a composición o que la imagen que ofrezcan no cuente con la calidad requerida para la lectura y la transmisión de significados.

Si se trata el tema de fotorreportajes en los medios digitales la referencia a Cubadebate es incuestionable, pues constituye uno de los medios de comunicación que a pesar de responder a ideologías conocidas, rompe con el esquema de realizar este tipo de género solo en actividades de carácter política, deportivos o cuando las circunstancias informativas así lo ameriten.

Con la velocidad que circula la información y las fotografía en el mundo y como un paso para aumentar la interactividad con los receptores se puede crear un espacio dentro de la página web para que todo aquel que acceda a la misma pueda colgar imágenes siempre y cuando tengan correspondencia con el tema de los fotorreportajes que se publica el periódico Girón.

3.5.1 La imagen y la capacidad de manipulación

La imagen tiene la capacidad de manipular las mentes de las personas, pues los individuos como seres sociales con capacidad de raciocinio y proceso de decantación lógica creen lo que ven y no lo que le dicen. Como todo producto dentro rama de la comunicación, el fotorreportaje no está exenta de ella. La fotografía es producto de una manipulación y es la condición de su existencia, siempre y cuando los profesionales mantengan la ética que su labor le exige.

La ética exige transparencia, por lo tanto mostrar la verdad en imágenes, significa que estas sean análogas con los acontecimientos a los que refieren. La ética de la imagen no sólo compromete al fotoperiodista, involucra al medio en el que labora, a la reglamentación jurídica de su contexto, a las relaciones entre las estructuras e instancias mediáticas y los poderes públicos y sociales, a la propia sociedad que acepta o rechaza las imágenes, dándoles sentido, una fuerza y un significado.

Realizar una corrección en una imagen a través de un ordenador no es lo mismo que manipular la imagen, pues el proceso correctivo se puede utilizar para subsanar defectos técnicos.

“La imagen es una comunicación de altísima cualidad y lo cierto es que el lector debe ser informado siempre de que las fotos publicadas estén manipuladas”.
(Teixeira, 1999,5)

3.6 La preparación de los profesionales y la cultura del fotorreportaje

Como se ha planteado durante el transcurso de la presente investigación falta mucho por hacer aun cuando de fotorreportaje se trata en Cuba y especialmente en la provincia de Matanzas.

Los periodistas y personal que labora en el sitio web del semanario Girón, quizás por la falta de preparación en cuanto al tema, enmarcan el uso de algunas fotografías en los trabajos como fotorreportajes, cuando la realidad está bastante alejada de esa clasificación.

La construcción de su mensaje depende de los códigos seleccionados, pues estos son diferentes y dependen del contexto informativo del acontecimientos narrado; siempre y cuando las imágenes contengan los aspectos del periodismo clásico: qué, quién, dónde, cuándo y cómo de los hechos.

Un fotorreportaje no cambia su esencia teórica por el medio que lo publique. Lo diferentes es la manera de contar la historia de un determinado suceso.

La situación de este género en Cuba es lamentable, “la tendencia es a hacer muy poco fotorreportaje”, según Carolina Vilches del periódico Vanguardia. Para René Pérez Massola “hoy por hoy “colar” un fotorreportaje es un acto heroico”.

Amauris Betancourt uno de los entrevistados para la investigación, considera que la situación es caótica pesar de que se ha incentivado fomentar su publicación, no se ha conseguido estabilidad. Se elaboran galerías a las que se les llama

fotorreportajes sin serlo. Que se publiquen varias fotos de un tema no significa que sea un fotorreportaje. Además cualquier cosa es más importante que un fotorreportaje. (Ver entrevista anexo 8)

Cabe preguntarse entonces cómo un género que desde el punto de vista visual puede lograr gran impacto es desechado por la mediocridad, la falta de conocimiento y capacidad de algunos profesionales y directivos de prensa en la Cuba de hoy.

Una vez más la estrechez de pensamiento y la creencia de ideologías y métodos de dirección arcaicos unido a rutinas productivas y competencias profesionales con poco movimiento vuelven a jugar una mala pasada al periodismo cubano. Pero eso es otra cuestión para un estudio más profundo, ojalá el tiempo y la sociedad permita más estos errores.

En Cuba y en Matanzas específicamente, los estudios de emisión y recepción de mensaje son escasos y los que realizan son insuficientes. Con un estudio de esta tipología, el periodismo cubano resultará más atractivo y creíble. Los medios de prensa deben aplicar los estudios de Newsmaking pertenecientes a teoría de la comunicación, pues estos dictan los principales presupuestos teóricos para la organización de los procesos de producción informativos y los diferentes factores que influyen decisivamente en ello.

Conclusiones parciales:

Es necesaria una mayor presencia del género fotorreportaje con la consiguiente utilización de la amplia gama de posibilidades que posee trabajar con imágenes. La construcción del mensaje a través de los fotorreportajes debe resultar más atrayente explotando los recursos que ofrece el Periodismo Hipermedia.

CONCLUSIONES

Los códigos, símbolos y signos que conforma parte de los valores textuales se emplean en poca medida en los fotorreportajes publicados.

En los trabajos analizados las imágenes cumplen con los requisitos informativos que exige el género fotorreportaje, pero no se aprovecha al máximo los elementos connotativos y denotativos de la fotografía, la ley de los tercios, los planos para la composición de los fotogramas.

La extensión de los textos que conforman el cuerpo de los fotorreportajes opaca en determinados momentos a las instantáneas que componen al trabajo.

Los valores noticias predominan en la casi totalidad de los fotorreportajes publicados por la página web.

Según las estadísticas del sitio web la tendencia es el predominio de géneros como las noticias y entrevistas. Solamente los fotorreportajes son empleados para circunstancias especiales como actos políticos, eventos deportivos y efemérides.

El lenguaje y los títulos que se emplea en los trabajos publicados, en ocasiones no cumplen en su totalidad con las características y las normas de redacción para escribir en Internet.

Recursos hipermediales como la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad no se explotan al máximo, la interacción se da en el momento de comentar o compartir el trabajo. La hipertextualidad es aún más rara todavía, pues existen espacios sin palabras links dentro del cuerpo del texto publicado.

RECOMENDACIONES

Al personal periodístico

- Apoyarse en la investigación para conocer los conceptos teóricos acerca del fotorreportaje, su estructura y clasificación, formatos para la web, programas de edición y las tendencias fotográficas que se mueven en el mundo de los píxeles.
- La creación de la plaza de un editor gráfico para la página web quien se encargue de seleccionar y editar las imágenes de acuerdo a los requerimientos que exige Internet en consonancia con un periodismo revolucionario y comprometido con el socialismo cubano.
- Permitir o sugerir a los fotógrafos y periodistas ciertas libertades creativas en la composición, el uso de planos y del discurso grafico-semiótico en general, siempre que responda a las normas y políticas del medio. Esto dotaría a la página web de una personalidad propia.

Al Departamento de Periodismo de la Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos".

- Incorporar en el programa de la asignatura de Fotografía como parte de la bibliografía complementaria.
- Incluir la investigación como parte de los contenidos de las materias impartidas en las asignaturas de Agencia de Prensa, Diseño de la Comunicación Visual y Periodismo de Hipermedia.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Sojo, Carlos. *La fotografía, como texto informativo*. Revista Latina de Comunicación Social 4 – abril de 1998. Disponible en Internet: <http://www.revistalatinacs.org/z8/r2ab8carlos.html>. Consultado 30 de octubre de 2013.
- Abreu Sojo, Carlos. *Lo precario en la fotografía de prensa*. Revista Latina de Comunicación Social 6 – junio de 1998. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/a/77carl.html> Consultado 30 de octubre de 2013.
- Abreu Sojo, Carlos. *La opinión fotográfica (I). Información y opinión: binomio inseparable*. Revista Latina de Comunicación Social 23 – noviembre de 1999. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/18carlos.html>. Consultado 30 de octubre de 2013.
- Abreu Sojo, Carlos. *La opinión fotográfica (II). Recursos connotativos de la fotografía*. Revista Latina de Comunicación Social 24 – diciembre de 1999. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/a1999adi/01abreu2.html>. Consultado 30 de octubre de 2013.
- Abreu Sojo, Carlos *La opinión fotográfica (III)*. Revista Latina de Comunicación Social 26 – febrero de 2000. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/132abreu3.html>. Consultado 30 de octubre de 2013.
- Abreu Sojo, Carlos. *El análisis cualitativo de la foto de prensa*. Revista Latina de Comunicación Social 57 de enero-junio de 2004. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040757abreu.htm>. Consultado 30 de octubre de 2013.
- Alonso, Manuel y Luis Matilla (1990). *Imágenes en acción*. Ediciones Akal. Madrid.

- Alonso, María Margarita; Saladrigas, Hilda (2000). *Para investigar en comunicación social*. Guía didáctica. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- Álvarez – Gayou Jurgenson, Juan Luis (2007). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Editorial Paidós.
- Barthes, Roland (1982). *El mensaje fotográfico*. Barcelona, Paidós.
- Barthes, Roland (1982). *Retórica de la imagen*. Barcelona, Paidós.
- Bustos Toldos, Alfonso. Tutorial de Fotorreportaje. Disponible en Internet, URL: <http://www.alfonsobustos.com/tutoriales/pdfs/TUTORIAL%20de%20fotorreportaje.pdf>. Consultado 30 de septiembre de 2013.
- Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Para sobrevivir y prosperar en la era de la información. Instituto de Periodismo Interactivo, un centro del Philip Merrill College of Journalism de la Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network. Estados Unidos de América.
- Castellanos, Ulises. *Manual de Fotoperiodismo: Retos y soluciones*. Disponible en Internet, URL: [http://es.scrib.com/doc/20252734/Castellanos-Manual de Fotoperiodismo-Retos y soluciones-2003](http://es.scrib.com/doc/20252734/Castellanos-Manual-de-Fotoperiodismo-Retos-y-soluciones-2003). Consultado 1 de octubre de 2013.
- Claro León, Jorge (2008). *Los géneros fotoperiodísticos: aproximaciones teóricas*. Disponible en Internet: http://www.fotoperiodismo.org/FORO/files/fotoperiodismo/source/html/bienal_sexta/texto_sexta/JORGE.HTML. Consultado 1 de noviembre de 2013.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista, Pilar (2006). *Metodología de la investigación*. Mac Graw-Hill Interamericana. Cuarta edición.
- Guía Webmaster. *Tipos y usos de imágenes en la Web*. Disponible en internet en la URL: <http://www.guiaWebmaster.com/disenio-Web/tipos-imagenes-Web.php>. Consultado 10 de enero de 2014.

- *Las diez tendencias del diseño Web para el 2014*. Disponible en Internet, URL: <http://www.internetisimo.com/index.php/las-diez-tendencias-del-diseno-Web-para-el-2014/>. Consultado 10 de enero de 2014.
- Marrero Santana, Liliam (2007). “Género de géneros...y otras redimensiones Acercamiento al reportaje multimedia del periodismo digital actual”. Tesis de licenciatura. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, 2007.
- Menajovsky, Julio. *El fotoperiodismo en crisis*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Palermo. Disponible en Internet, URL: <http://www.palermo.edu/cienciassociales/opinion/menajosky.html>. Consultado 1 de noviembre de 2013.
- Menajovsky, Julio; Brook, Gabriela (/s.a/). Nuevas tecnologías y viejas certidumbres La Masacre de Avellaneda en la fotografía periodística. Disponible en formato pdf.
- Naya, Zeus (2003). De los medios a la red. Rutinas productivas e ideologías profesionales en los periódicos digitales cubanos. Tesis de Diploma. La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Perea, Joaquín. *Los géneros fotográficos*. Disponible en Internet, URL: <http://www.pendientedemigración.ucm.es/info/univfoto/num2/pdfs/perea.pdf>. Consultado 30 de septiembre de 2013.
- Pérez, Betancourt Roberto (2003). *Dinámica de la noticia*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Rocco, María Cristina – Rogelis, Camila (2009) *Fotoperiodismo de guerra: Impacto social e implicancias éticas*. Disponible en formato pdf.
- Rodríguez, Gregorio (2004). *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

- Rodríguez, José Luis. *Los mejores programas para editar fotos*. Disponible en Internet, URL: <http://www.dzoom.org.es/programas-para-fotos/>. Consultado 10 de enero de 2014.
- Saladrigas, Hilda. Metodología de la investigación. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. (Power Point).
- Sandoval Casilimas, Carlos A. (1996). Investigación cualitativa. Instituto Colombiano para el formato de la Educación Superior ICFES.
- Santos Cabrera, Kaloian (2008). Fotogramas para la construcción del mensaje fotoperiodístico “Una mirada al proceso de producción fotoperiodístico del periódico Granma”. Tesis de licenciatura. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Tutor: Dr. Jorge R. Bermúdez, cotutora: Msc. Janny Amaya Trujillo.
- Sanz Hernández, Alexia (2006). Herramienta para la investigación de lo social en las organizaciones. Técnicas y aplicaciones. Mira Editores.
- Teixeira Ribeiro, Luiz Augusto. Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética. Revista Latina de Comunicación Social 22 – octubre de 1999. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/30teixeira.htm>. Consultado 10 de enero de 2014.
- *Tendencias de fotografía para el 2013*. Disponible en Internet, URL: <http://www.starcenter.com.uy/noticias/nikon-tendencias-de-fotografia-para-el-2013-65.html>. Consultado 10 de enero de 2014.
- Wolf, Mauro (1989): La investigación de la comunicación de masas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, s/a.
- Wolf, Mauro (1994). Los efectos sociales de los medias. Ediciones Paidós. Barcelona- Buenos Aires-México.

ANEXOS

Anexo 1

RELACIÓN DE ENTREVISTADOS

- Carolina Vilches Monzón. Fotorreportera del Periódico Vanguardia de Villa Clara.
- Julio Menajovsky. Fotoperiodista argentino. Cuenta con más de 20 años de profesión en distintos medios nacionales e internacionales. Ejerce la profesión y la docencia. Es Profesor Titular del Taller de Fotografía de la Facultad de Ciencias Sociales y director de la Línea de investigación Fotoperiodismo en la Universidad Nacional del Centro, Provincia de Buenos Aires. Argentina.
- Adalberto Roque. Fotorreportero de la agencia de noticias AFP.
- René Pérez Massola. Fotorreportero del periódico Trabajadores.
- Amaury Betancourt. Periodista en la página Web de Radio Angulo, provincia Holguín.

Anexo2

TEMARIO COMÚN PARA LOS FOTORREPORTEROS: CAROLINA VILCHES, RENÉ PÉREZ MASSOLA, ADALBERTO ROQUE, AMAURY BETANCOURT.

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo, ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

2- ¿Cuál es la situación actual del fotorreportaje en Cuba?

3- En su opinión, ¿cómo influye las rutinas productivas e ideología de los directivos de los medios de prensa en la realización de un fotorreportaje?

4- ¿Cuáles son los principales retos de este género en el contexto de la prensa cubana actual?

5- ¿Cree usted que en Cuba los periodistas, fotoperiodistas, editores gráficos (si existe en los medios), directores de los medios, entre otros están preparados para poder realizar este tipo de género en los portales Web?

6- En cuanto a la estructura que debe tener un fotorreportaje, cómo debe ser la relación entre texto, epígrafes, título, y pie de foto. En cuanto al pie de foto, este ayuda o aleja al receptor del mensaje que se quiere transmitir en la fotografía.

7- ¿Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje: el consejo editorial o el fotorreportero que lo realiza?

8- La edición de las fotografías es un tema en determinados momentos que ocasiona el debate. En su opinión qué importancia tiene el trabajo del proceso de la edición y la presencia de un editor gráfico en las redacciones informativas y específicamente en las páginas Web cubanas.

9- Sé que su tiempo es limitado, pero dentro de sus posibilidades me podría ofrecer su valoración acerca de la información visual de la página Web del periódico Girón. La dirección Web es la siguiente: www.giron.co.cu

Anexo 3

TEMARIO PARA JULIO MENAJOVSKY

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo. ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

2- En el continente y un poco más allá de sus fronteras, existen diversos medios de comunicación como es el caso de El Clarín, El País, ABC, New York Times por solo citar algunos, que realizan excelentes trabajos fotoperiodísticos, apartando las ideologías a las cuales cada uno de ellos responden, ¿cree usted que el fotoperiodismo cubano debe tomar como modelo a seguir el trabajo que realizan estos medios o simplemente debe verlos desde una posición de la crítica y del rechazo?

¿Cuál es su opinión acerca del fotoperiodismo que se realiza en Cuba tanto en los medios tradicionales como los digitales (por ejemplo en Cubadebate) y qué sugerencias le haría usted a los profesionales cubanos que se dedican a esta disciplina?

3- Las rutinas productivas que rigen a los medios de comunicación unida a las infinitas posibilidades que brinda Internet, ¿constituyen desde su punto de vista un obstáculo o son herramientas viables para la realización de un buen fotoperiodismo?

¿Cuál es la relación entre manipulación y fotoperiodismo en la construcción de la realidad en un mundo tan globalizado como el de hoy?

4- ¿Cuáles son los pasos que deben tenerse en cuenta para la elaboración de cualquier género fotoperiodístico? ¿Son las mismas reglas a aplicar para los trabajos que se publican en los sitios Web?

Con la aparición de nuevas tecnologías ¿el fotoperiodismo se encuentra en un período de crisis o podría desaparecer en poco tiempo?

5- Sé que su tiempo es limitado, pero dentro de sus posibilidades me podría ofrecer su valoración acerca de la información gráfica que ofrece la página Web del periódico Girón. La dirección Web es: www.giron.co.cu

Anexo 4

Guía para el análisis de los fotorreportajes publicados en página Web del semanario Girón desde septiembre de 2012 hasta diciembre de 2013.

Título.	Cantidad de fotografías	Elementos connotativos y denotativos de las fotografías.	Ley de los tercios.	Construcción del mensaje a partir de la fotografía como texto.	Estructura del fotorreportaje.	Preceptos del periodismo.	Valores noticia: interés humano, prominencia, originalidad, inmediatez.	Clasificación de los fotorreportajes de acuerdo a las temáticas.	Recursos hipermediales: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad.

Anexo 5 GUÍA DE OBSERVACIÓN

1- Factores de índole estructural – organizativo

1.1 Staff de periodistas y personal que se desempeñan en la página web.

1.2 Organización del trabajo.

1.3 Prioridad informativa de acuerdo a géneros y temáticas.

1.4 Influencia de las rutinas productivas.

2- Edición

2.1 Programas para la edición de fotografías.

2.2 Personal que selecciona las fotografías.

2.3 Formatos de imágenes empleados.

3- Condiciones materiales.

4.1 Cámara de fotografía, software para edición de fotografías y computadoras para la elaboración de fotorreportajes.

Anexo 6 ENTREVISTA A CAROLINA VILCHES MONZÓN, FOTORREPORTERA DEL PERIÓDICO VANGUARDIA, PROVINCIA DE VILLA CLARA.

Vía correo electrónico

1-Definición de fotorreportaje. Principales características.

Trabajo periodístico conformado por un conjunto de imágenes –en mi opinión entre 5 y 15- relacionadas con un mismo asunto y acompañadas por un título y un complemento textual. Dicho texto puede aparecer a manera de leyenda informativa o pie de fotos. Muchas veces también aparecen junto con un texto breve. Si las fotos dan la suficiente información por sí solas, puede prescindirse del texto.

2-Tendencias principales del fotorreportaje.

¿Te refieres a tendencias actuales? ¿En Cuba? La verdad es que la tendencia es a hacer muy poco fotorreportaje. En esta provincia solo se hacen fotorreportajes por encargo del gobierno y el PCC, de temas que tienen que ver con la política, con algunas muy notables excepciones, como fue el campeonato de beisbol este año. En la prensa nacional, que tiene tirada diaria y/o mayor número de páginas, se utiliza un poco más, pero menos de lo que debería ser.

3-Situación actual del fotorreportaje en Cuba y en el mundo.

En Cuba te lo respondí ya. En el mundo pienso que la situación es otra, bien diferente. Tampoco puedo responderte con total autoridad porque fuera de este pedazo de mundo, no he conocido mucho, pero la importancia que se le da a la fotografía en las publicaciones periódicas es bien alta. En los pocos periódicos extranjeros que me han caído en las manos siempre hay un gran despliegue de fotografía y casi todos tienen fotorreportajes. En su mayoría se utiliza el color y el diseño es impecable, cosa que en Cuba sucede muy poco. En cuanto a la web, la utilización de galerías (versión del fotorreportaje electrónico) de imágenes de gran

tamaño es constante en la prensa extranjera. No podemos decir lo mismo de la cubana, que salvo poquitísimas excepciones de algunos medios nacionales (como Cubadebate y la Jiribilla) utilizan pocas imágenes y de pequeño tamaño.

4-Principales temas para la confección de un fotorreportaje.

No creo que en general haya temas preferidos en la arena internacional. En mi provincia puntúan los fotorreportajes de recorridos de la dirección del territorio por distintos lugares, actos por acontecimientos o efemérides históricas importantes y en menor medida, deportes o algún tema crítico como por ejemplo, la indisciplina social, los salideros de agua, etc.

5-Influencia de las rutinas productivas e ideología de los directivos de los medios de prensa para la realización de un fotorreportaje.

Es vital. Cuando los directivos de un medio de prensa no tienen claro el alcance y potencial del fotorreportaje, este no se utiliza. Por ejemplo, un director o jefe de información puede decidir dedicar la página cultural de la publicación a un fotorreportaje de un evento cultural de importancia, y enviar para esta tarea a un fotorreportero (que en teoría debe estar preparado para redactar también) en lugar de concebir el clásico reportaje con dos fotos. La realidad es que rara vez esto se decide. En mi caso particular -después de solicitarlo mucho- cuando Villa Clara ganó el campeonato, aceptaron desplegar un fotorreportaje en páginas centrales, pero tuve que dar una batalla campal para que me dejaran hacerlo. Ellos pensaban que debía hacerlos un redactor sobre la base de mis fotografías.

6-Retos de este género en el contexto de la prensa cubana actual.

En primer lugar lograr aumentar el nivel y la preparación de los fotorreporteros. Ellos deben sentirse periodistas que comunican con la fotografía, y no fotógrafos que participan en el periodismo. Aumentar el conocimiento que tienen los decisores y directivos de la prensa sobre los géneros fotográficos periodísticos. El otro reto es vencer las limitaciones materiales, que también golpean.

7- Cómo es el fotorreportaje ideal.

Aquel que sea capaz de narrar hasta el más mínimo detalle de un tema con la elocuencia de sus imágenes y el menor texto posible.

8- Preparación de los periodistas cubanos para poder realizar este tipo de género en los portales web.

No me atrevo a hablar en números, pero sería injusta si te dijera que solo una minoría lo está. Hay una buena cantidad de fotorreporteros que dominan el trabajo en la web, varios tienen páginas personales o galerías en sitios sociales. Solo falta aumentar su presencia en los sitios institucionales.

9- Fotorreportaje con texto o sin él. Uso de los epígrafes. Importancia del título.

Ya te hablé sobre eso. El título para mí es vital e imprescindible. Debe cumplir con las mismas exigencias de los títulos de los géneros escritos. En cuanto al texto complementario, las leyendas, los pies de fotos y los epígrafes, se ponen cuando se necesitan para completar la información que suministran las imágenes. Lo que no aparezca en las fotos y sea necesario aclarar, se escribe. No debe haber repeticiones, los textos no deben decir lo que se pueda inferir en la imagen.

10- Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje: consejo editorial o autor del trabajo.

El autor o autores del trabajo, sin lugar a dudas. El consejo editorial no escoge las palabras a los reporteros, ¿por qué tendrían entonces que escoger las fotos?

11- Relación fotógrafo-periodista para lograr un fotorreportaje de calidad.

Yo pienso que el fotorreportaje debe ser hecho por el fotorreportero. Está dentro del contenido que define su calificador de cargo. Pero en el caso de que el trabajo se haga a dos manos, es obvio que debe haber una compenetración total.

Aquí te mando un fragmento de la resolución 89 del 2005, donde se definen los cargos periodísticos:

FOTORREPORTERO

Características del trabajo:

Realiza fotorreportajes, selecciona imágenes y toma fotos que por su contenido y valores estéticos y técnicos sintetizan periodísticamente la esencia de cualquier hecho informativo; obtiene los datos de la cobertura periodística y redacta los aspectos básicos de la información; realiza la descarga y el procesamiento de imágenes digitales o de película fotográfica, aplicando programas informáticos o las técnicas del laboratorio; selecciona y propone las fotos que atendiendo a su contenido, valor informativo, lenguaje gráfico y cualidades técnicas, deben ser utilizadas para la exposición de la noticia; propone las normas técnicas a utilizar por el área fotográfica, se mantiene al tanto de la actualidad nacional e internacional y la específica de su especialidad; realiza otras tareas afines a las anteriores según se requiera.

Requisitos de conocimientos:

Graduado de nivel superior o de las disueltas escuelas profesionales de periodismo Manuel Márquez Sterling, Fernando Llós Berdayes, Severo García Pérez y Mariano Corona Ferrer; dominar las técnicas de la fotografía digital y el laboratorio fotográfico, así como las propiedades de los materiales y la utilización de los equipos y accesorios fotográficos, incluyendo los sistemas y programas de tratamiento y transmisión digital de imágenes; dominar las características del medio en que desarrolla su trabajo.

12- Edición de las fotografías.

Como debes haber leído en lo que te puse antes, en el fragmento del calificador de cargo, un fotorreportero debe dominar la edición de fotografías, pero debe aplicarla con el respeto permanente de la ética periodística. La esencia de las fotografías no debe alterarse, ni al tomarlas ni al editarlas.

13- El pie de fotos ayuda o aleja al receptor del mensaje que se quiere transmitir.

Depende, todo es relativo, si en el pie de foto solo redundas o explicas lo que es evidente en la imagen, estorba al mensaje. Si completas la información que en la foto no puedes aportar, pero es necesaria para la comprensión del discurso, ayuda. A veces no es necesario, a veces es imprescindible.

Anexo 7 ENTREVISTA A RENÉ PÉREZ MASSOLA, FOTORREPORTERO DEL PERIÓDICO TRABAJADORES.

Vía correo electrónico

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo, ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

Para empezar, recordaría que la inclusión de la fotografía en los diarios inauguró la era del periodismo moderno. La posibilidad de publicar una imagen fotográfica en los periódicos dio un vuelco a la manera que hasta entonces se concebía la información. La fotografía resultó una ventana al mundo. Su condición de referente perfecto de la realidad entonces le confirió una objetividad que el texto no alcanzaba. El fotoperiodismo por lo tanto es la manera de contar noticias en imágenes, siendo la foto informativa una pieza fundamental. Luego surgió el fotorreportaje, género netamente periodístico, con el cual se desarrolló más aun la idea de contar una historia básicamente a través de la fotografía, llegando a desarrollarse lo que se conoce como foto ensayos donde nos encontramos al norteamericano de la primera mitad del siglo XX Eugene Smith, considerado como el padre del fotorreportaje y al contemporáneo fotógrafo brasileño Sebastiao Salgado como uno de sus mejores exponentes.

En mi opinión, la documentación consciente de la realidad a través de la técnica fotográfica es en esencia el fotoperiodismo, donde la ética y el bagaje cultural del fotógrafo marcan la diferencia.

2- ¿Cuál es la situación actual del fotorreportaje en Cuba?

En Cuba la drástica reducción del espacio en los diarios en los años 90 del pasado siglo y la tirada, fue un atentado directo al género como tal. Esto coadyuvó

a que los directivos olvidaran el valor de la fotografía como medio de comunicación eficaz y de alcance universal y llegaron a proliferar los llamados textos “ladrillos”, suerte de bloques compactos de texto cuya lectura resultaba cuando menos tediosa. Por otro lado las nuevas tecnologías han introducido cierta confusión respecto a la noción tradicional que del fotorreportaje se tiene. Aparecieron en los medios digitales las llamadas galerías de imágenes, conjunto de fotografías sobre un mismo tema, pero inconexas entre sí y carentes de un discurso e intencionalidad. Afortunadamente la mayoría de los fotógrafos de prensa han reaccionado y hoy realizan trabajos que mayoritariamente van a parar a las redes sociales ya que persiste la falta de espacio y la voluntad editorial de rescatar el género. Como nota ilustrativa podemos referir que el género como tal estuvo ausente de las categorías del Concurso periodístico 26 de julio, el más importante del país.

3- En su opinión, ¿cómo influye las rutinas productivas e ideología de los directivos de los medios de prensa en la realización de un fotorreportaje?

Como se dijo antes, el espacio es el gran dictador, y la prolongación de esto en el tiempo ha ayudado a que se instale en la mente de los directivos la idea de que es un desperdicio de espacio dedicarle una página a un reportaje gráfico, como no sea que de instancias superiores o un tema como los desastres naturales impongan la necesidad de emplear este recurso periodístico. Hoy por hoy “colar” un fotorreportaje es un acto heroico, en tanto suele ocurrir que los directivos encargan un trabajo específico según sus intereses y suelen responsabilizar de esto a los periodistas y no al fotógrafo.

Por otro lado, es justo decir que los fotorreporteros no están lo suficientemente empoderados o no cuentan con la voluntad de pelear un espacio en los medios y como ya dije, vuelcan su producción en páginas personales cuyo alcance esta fuera, por ahora, del público cubano, su natural consumidor.

4- ¿Cuáles son los principales retos de este género en el contexto de la prensa cubana actual?

Los principales retos son conquistar un espacio en la prensa escrita como parte de los cambios necesarios que deben operarse en esta. Lo es también recuperar la esencia del género y su validez indiscutible como una de las mejores herramientas comunicativas. Un ejemplo de ello es el espacio que van alcanzando las infografías, esa suerte de ensamble entre fotos, gráficos y textos que de a poco va insertándose en los medios ya impresos, ya digitales, en estos últimos con más preponderancia.

5- ¿Cree usted que en Cuba los periodistas, fotoperiodistas, editores gráficos (si existe en los medios), directores de los medios, entre otros están preparados para poder realizar este tipo de género en los portales web?

En general me parece que no lo suficiente. Las rutinas de producción algunas se han perdido, otra son obsoletas. En ningún diario cubano existe un editor gráfico. De hecho es una figura por definir. Su aparición en los 80 en algunos periódicos norteamericanos revolucionó el papel de los equipos de fotografía de los diarios ya que su alcance va más allá de la elección adecuada de una fotografía. El papel de la academia resultó fundamental al hacer énfasis en las disciplinas fotográficas en los programas de estudio de la carrera de periodismo. Vale recordar que en nuestro país solo se imparten dos semestres de fotografía, con énfasis en la técnica y la estética, pero para nada en el fotoperiodismo.

Los portales web, salvo excepciones como Cubadebate, suelen recurrir a las llamadas galeras de imágenes que como se dijo, no tiene nada que ver con el concepto de fotoperiodismo.

6- En cuanto a la estructura que debe tener un fotorreportaje, cómo debe ser la relación entre texto, epígrafes, título, y pie de foto. En cuanto al pie de foto, este ayuda o aleja al receptor del mensaje que se quiere transmitir.

La estructura de un fotorreportaje clásico se resume en una línea que va de lo general a lo particular. El número de fotografía suele oscilar entre 5 y 12. 24 o más ya puede considerarse un fotoensayo. El texto no es aconsejable sea extenso ya que se trata de contar la historia con las imágenes. No debe ser descriptivo de las fotografías, sino más bien introductorio, contextualizador. Por otra parte, los pies de fotos son a su vez un correlato en el que puede exponerse o no puntos de vista o alguna explicación puntual sobre el tema fotografiado. Por lo general, puede prescindirse de este ya que se supone la imagen deba transmitir el mensaje por sí misma estableciendo una interacción directa con el destinatario.

7- ¿Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje: el consejo editorial o el fotorreportero que lo realiza?

Este es un punto sensible. Depende mucho de la capacidad del fotorreportero y las condiciones en que realiza su trabajo. Si lo realiza de forma independiente puede ser el mismo quien escoja las imágenes y arme el relato. Por lo general la cultura fotográfica de los periodistas y de los directivos suele reducirse a haber visualizado muchas imágenes a lo largo del ejercicio de su carrera y no obedece a una formación académica. Suele ocurrir de todo. No es lo mismo un fotógrafo de agencia que uno de plantilla de un diario que suelen estar más subordinado a un periodista. Es importante que el fotógrafo posea un nivel cultural adecuado para poder exponer sus criterios sin aferrarse a trivialidades de la misma manera que el periodista tenga desarrollada la capacidad de escuchar propuestas. El trabajo en equipo es fundamental.

8- La edición de las fotografías es un tema que en determinados momentos ocasiona el debate. En su opinión qué importancia tiene el proceso de la edición fotográfica y la presencia de un editor gráfico en las redacciones informativas y específicamente en las páginas web cubanas.

Primero me gustaría saber que entiende usted por edición fotográfica. En mi concepto se refiere a la postproducción en laboratorio digital, su selección y

función de la calidad técnica, la capacidad expresiva, la novedad, etc. El editor gráfico es fundamental en tanto decide una línea editorial gráfica y contribuye a la calidad de las propuestas graficas de los medios. Concilia los intereses de las redacciones con las consideraciones y capacidades profesionales de los fotoperiodistas. En las web es fundamental ya que se ha hecho habitual disponer de material gráfico que no es propiedad de los medios en alguna medida y debe velar por los derechos de imagen y la correcta cita y crédito de la fotografía, algo de lo que adolece la mayoría de nuestra prensa digital.

9- Sé que su tiempo es limitado, pero dentro de sus posibilidades me podría ofrecer su valoración acerca de la información visual de la página web del periódico Girón. La dirección web es la siguiente: www.giron.co.cu

En general me parece que hacen muy buen uso de las imágenes, aunque hay que tener cuidado con la calidad técnica de las mismas en cuanto compresión en jpg. Usan imágenes que no son originales del staff de fotógrafos del periódico que desconozco cuantos son y quizás no puedan suplir la necesidad.

Se ha vuelto habitual que nuestros medios tomen fotografías entre sí sin dar siquiera el crédito del fotógrafo y del medio de prensa donde las tomaron.

Es probable que como en muchos medios asuman que las fotografías de prensa son meras fotos y no obra intelectual. Algo que me parece criticable pues, en Girón.cu, es la falta de crédito del fotógrafo en la mayoría de las imágenes utilizadas. En general mi opinión es favorable en cuanto al uso de la fotografía como recurso visual atrayente e informativo a la vez.

Anexo 8 ENTREVISTA A Msc. AMAURIS BETANCOURT GÓMEZ, PERIODISTA DE LA PROVINCIA DE HOLGUÍN.

Vía correo electrónico

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo, ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

El fotoperiodismo resulta la forma concreta y práctica en la que se materializa la fotografía de prensa. Su definición pasa primero por la conceptualización de esta última la cual ha tenido varios acercamientos teóricos. La fotografía de prensa es una manera de informar gráficamente sobre un aspecto noticioso de la realidad. En ese sentido se apropia de valores-noticias, tal y como cualquier texto periodístico lo hace. Se manifiesta en una determinada producción social gráfico-noticiosa, de interés informativo, que se ajusta al perfil del medio de prensa.

La fotografía de prensa se adjudica las funciones y propiedades del texto periodístico: informa, entretiene y comunica, entre otras, básicamente; es objetiva y concreta, elude la subjetividad de una fotografía artística porque documenta y registra la realidad tal y como se percibe. Toda imagen fotográfica publicada en un medio de prensa debe ajustarse a estos preceptos.

El fotoperiodismo, es la materialización de la fotografía de prensa, se concreta prácticamente en los géneros fotoperiodísticos. Periodismo-géneros periodísticos equivale, comparando para quizás entenderlo mejor, a foto de prensa-fotoperiodismo (géneros fotoperiodísticos). El fotoperiodismo se concreta en los géneros fotoperiodísticos; deviene la producción visual informativa, salida del lente de un fotoperiodista que aborda de manera fotográfica el hecho noticioso, para su publicación en cualquier soporte mass mediático, incluido el digital.

El fotorreportaje es un género más como lo son la foto de información, la de crónica, la fotografía de entrevista o la de opinión o columna. La foto de información es el género base por excelencia porque todos los otros la usan.

El fotorreportaje es un acercamiento gráfico y coherente a una determinada realidad a través de varias fotos informativas en la que cada fotografía es una unidad independiente y estrechamente vinculada al tema. Es una historia periodística en fotos; un texto gráfico con una estructura de subordinación a una idea central que se titula, se introduce, se desarrolla y se concluye en imágenes fotográficas de la misma manera que un reportaje radial, televisivo o de prensa plana.

2- ¿Cuál es la situación actual del fotorreportaje en Cuba?

Es caótica. Aunque se ha incentivado fomentando su publicación principalmente en los periódicos nacionales con 16 páginas, no se ha conseguido estabilidad. Las propuestas abundaron al principio pero apenas se continúan publicando. Se elaboran galerías a las que se les llama fotorreportaje sin serlo. Que se publiquen varias fotos de un tema no significa que sea un fotorreportaje. Además cualquier cosa es más importante que un fotorreportaje por lo que el espacio que se le dedica se le retira con frecuencia.

Los fotógrafos no se sienten ni motivados ni comprometidos a hacer fotorreportajes. La administración mucho menos lo exige como uno de los contenidos profesionales de un fotógrafo de prensa.

Por otra parte las fotografías y fotógrafos siguen siendo víctimas de un informático, con escasos conocimientos de composición fotográfica, devenido editor gráfico, diseñador y maquetador que hace y deshace a su antojo violando el código de ética de la Upec que norma el derecho del fotógrafo a que se respete la integridad de su imagen. Y, en el mejor de los casos, en las manos de un redactor de texto o

jefe de información, periodista graduado, con conocimientos elementales de la fotografía de prensa recibida en la universidad.

3- En su opinión, ¿cómo influyen las rutinas productivas e ideología de los directivos de los medios de prensa en la realización de un fotorreportaje?

Los directivos de los medios de prensa se preocupan más por un texto con cualquier foto, foto esta generalmente ilustrativa y no informativa como debe ser, o por un texto solo que debe publicarse, que por una fotografía con muchos más valores informativos. Se exige el texto y para llenar espacio se completa con una fotografía. Los fotoperiodistas terminan por lo general haciendo coberturas informativas para el archivo porque muchas veces sus fotografías no se publican así que imagínese las probabilidades de que se publique un fotorreportaje.

El rescate del fotorreportaje pasa no solo por las exigencias administrativas y el empeño profesional sino por su enseñanza metodológica en las universidades a los estudiantes de periodismo y por cursos de postgrados a profesionales en activo.

4- ¿Cuáles son los principales retos de este género en el contexto de la prensa cubana actual?

El mayor reto es el espacio en los medios de prensa escrita y su correcta instrumentación en los predios de los sitios digitales.

También adjudicarse el lugar que merece manejando intencionalmente las potencialidades del género para informar, para convencer y para atraer. La prensa cubana elude el sensacionalismo que muchas veces se le imputa a la fotografía por lo tanto el reto está en la elaboración de un fotorreportaje donde prime la intención y la objetividad informativa.

5- ¿Cree usted que en Cuba los periodistas, fotoperiodistas, editores gráficos (si existe en los medios), directores de los medios, entre otros

están preparados para poder realizar este tipo de género en los portales web?

Sí, tenemos personal capacitado pero deben sortear las lagunas cognitivas del género con cursos de superación. En la web la concepción es similar en teoría pero en la práctica tiene sus especificidades. Se debe sumar al dominio de la metodología del fotorreportaje, el conocimiento del discurso de la fotografía dentro del lenguaje del periodismo hipermedia.

Se debe trabajar en aceptar la fotografía como texto informativo y no como algo bonito para embellecer la página o para llenar espacio.

6- En cuanto a la estructura que debe tener un fotorreportaje, cómo debe ser la relación entre texto, epígrafes, título, y pie de foto. En cuanto al pie de foto, este ayuda o aleja al receptor del mensaje que se quiere transmitir en la fotografía.

El fotorreportaje es una historia coherente desde el título hasta el párrafo conclusivo pasando por el ineludible pie de foto. Poca son las fotos que pueden prescindir del pie de foto. Este debe añadir información, aclarar; no repetir lo que ya es obvio o evidente. La fotografía con su pie, en dependencia de su ubicación y jerarquía, puede ser titular gráfico, lead, desarrollo y conclusión.

7- ¿Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje: el consejo editorial o el fotorreportero que lo realiza?

Primero que nadie el fotógrafo y luego el consejo editorial con la presencia de un editor gráfico o el jefe de fotografía para ajustarlo al perfil del medio.

8- La edición de las fotografías es un tema en determinados momentos que ocasiona el debate. En su opinión qué importancia tiene el trabajo del proceso de la edición y la presencia de un editor gráfico en las redacciones informativas y específicamente en las páginas web cubanas.

El editor fotográfico resulta vital para la coherencia gráfica informativa de un sitio web. El proceso de edición influye en la jerarquía noticiosa y en el despliegue informativo. Propicia además inmediatez y actualidad porque un editor gráfico aceleraría el proceso, manejaría los datos IPTC y añadiría eficacia al lenguaje hipermedia.

Anexo 9 ENTREVISTA A ADALBERTO ROQUE, FOTORREPORTERO DE LA AGENCIA DE NOTICIAS AFP.

Vía correo electrónico

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo, ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

No tengo una definición personal sobre el fotoperiodismo ni sobre el fotorreportaje más allá de la versión universal con que se han designado a través de la historia de la fotografía. A nivel personal lo que puedo decirte son detalles vinculados con quienes ejercen el Fotoperiodismo. Creo que es un camino escogido por el fotógrafo y al cual le dedica su vida, como un sacerdote cuya predica esencial es la honestidad. No se puede hacer fotoperiodismo condicionado por un estado de predisposición. Hay que intentar estar consciente del momento, de las circunstancias que rodean la cobertura foto periodística específica y también por la influencia que la mentalidad de la época en cuestión, ejerza sobre la apreciación de los hechos. Hay que estar predispuesto a superar estos lastres. Estar desinfectado mentalmente, sea cuales sean las consecuencias que emanen de tus imágenes, que, si son honestas, flotarán por encima de la ceguera generalizada. Entonces, el fotoperiodismo no es más que un oficio que exige de quien lo ejerce, el mayor grado de sacrificio y honestidad.

Por su parte, el fotorreportaje es una herramienta. Una manera de contar con imágenes, más elaborado que un par de fotos sueltas y menos elaboradas que un ensayo fotográfico.

2- ¿Cuál es la situación actual del fotorreportaje en Cuba?

Vamos a aclarar algunos puntos. Primero, a nivel internacional el fotorreportaje florece a la luz de los grandes magazines, dígame esencialmente LIFE. A partir de ahí, algunos diarios, de grandes tiradas y con muchas páginas se pueden dar el

lujo de dedicar números especiales a publicar fotorreportajes. No hay que olvidar que hay más noticias que espacio en páginas. El fotorreportaje en Cuba floreció en los 60 y 70 con revistas como INRA o CUBA, un poco en los mejores momentos de Bohemia y también Juventud Rebelde en sus buenos tiempos de tabloide de gran tamaño. Pero de ahí hacia acá es poco lo que se ve y no siempre es bueno. La prensa cubana está muy acostumbrada a la limitación de espacio y esta carencia ha amoldado a los editores a usar muy pocas imágenes “para graficar”, como suelen llamarle. Nos han acostumbrado a ver desplegadas varias fotografías solo cuando “el evento lo amerita”. Y es una lista valida de merecidos momentos, pero excluyentes: fechas nacionales, actos multitudinarios, etc. Se ha adoptado una fórmula muy simple: si hay muchas personas, necesitamos muchas fotos.

En el fotoperiodismo cubano perdura la intensidad del fotorreportaje, pero sin grande ejemplo. Un fotorreportaje no es lo que habitualmente uno observa en medios cubanos, -5 a 10 fotos, evidentemente tomadas en 30 minutos, el mismo día y el mismo ambiente-. Un fotorreportaje es mucho más que eso, es estudio, es observación, es análisis de las partes que conforman el todo. Es ofrecer al veedor una visión general y particular del hecho. Es traducir en una secuencia de imágenes el sentimiento que provoca en el autor un acontecimiento. Esta transferencia de emociones no se puede lograr en los escasos minutos que algunos pretenden.

3- En su opinión, ¿cómo influyen las rutinas productivas e ideología de los directivos de los medios de prensa en la realización de un fotorreportaje?

Parto del supuesto que estés refiriéndote a la prensa cubana, en cuyos medios, la rutina productiva está supeditada a la ideología, no solo de los directivos, sino del cuerpo de periodistas. Para todos ellos, -incluyo por supuesto a los fotógrafos-, hay temas “sagrados”. No importa cuán explotados estén y cuan repetitivas sean las coberturas, directivos y autores insisten en aplicar la fórmula anual que ofrezca los consabidos resultados “positivos”. Esta fórmula no constituye en absoluto una garantía de éxito en la comunicación y mucho menos en el desarrollo visual del

medio. Sin embargo, esta fórmula repetitiva y “segura” parece tener más interés en demostrar la adhesión ideológica de los creadores con el partido líder, que en mostrar la riqueza misma de los eventos, sus multifacéticas aristas y su pluralidad.

En el fondo, esta actitud de “ir al seguro” repitiendo fórmulas es contraproducente porque demuestra a sus “consumidores” agotamiento visual, faltante creativo y carencia de perspectiva, algo que ideológicamente no debería permitirse el directivo de un medio de prensa que al menos intente mantener seducidos a sus receptores. Y esto es totalmente aplicable colectiva e individualmente. Los fotorreportajes aburrido, alejan al lector.

4- ¿Cree usted que en Cuba los periodistas, fotoperiodistas, editores gráficos (si existe en los medios), directores de los medios, entre otros están preparados para poder realizar este tipo de género en los portales web?

Absolutamente sí. Especialmente las más nuevas generaciones crecidas a la sombra de la tecnología digital -más allá de la escasez-, están aptas para expresarse a través de la web. Ahora bien, hay dos elementos básicos a tener en cuenta.

El elemento ideológico: Las generaciones más jóvenes, y hablo de periodistas cubanos con menos de 50 años, en su mayoría no están produciendo con todo el despliegue que quizá desean. Están trabajando por encargo. Se sienten frenados, que están incursionando en los Twitter, en los blogs, en Facebook, en los comentarios de sitios oficiales o no oficiales, bajo estrictas reglas. Se siente la presión, la evidencia de que “serán leídos por los superiores”, y repiten un discurso a punto de ser ineficiente por carencia de creatividad y renovación en aras de adecuarse a los tiempos que corren, o recurren a expresarse en temas intrascendentes donde nadie les juzgara. Y si algo es lamentable, es la presencia de los fotógrafos cubanos en la web, -fuera del mensaje oficial que no es más que la réplica del medio para el cual trabajan-, pues sus imágenes se incorporan

lastimosamente a la imaginería cándida y muchas veces ridícula del turista en su propia tierra. No suelen traspasar la puerta de la apariencia externa. Con un pelotón así, de soldados sin convicciones, no vas a ningún lugar en la web porque nadie es su sano juicio les tienen en cuenta como referencias.

No quisiera ser abstracto, y voy a ponerte un ejemplo: la verdad de la medicina cubana, gratuita y en función del pueblo no es discutible, es un hecho concreto. Todos los hospitales cubanos poseen un cuerpo de guardia 24 horas, los cuarteles de bomberos están de guardia las 24 horas, la policía cubana está de guardia contra lo mal hecho las 24 horas, jamás he visto un fotorreportaje trascendente que muestre que pasa en un cuerpo de guardia cubano, o que pasa en un equipo de bomberos o un grupo de policías... ¿que son noticias sensacionalistas?, es posible... pero tampoco he visto que pasa en una panadería a las 3 de la madrugada, o en el taller de frezado de hélices de barco del astillero, o en la caldera de un central azucarero, o en la torre de control de un aeropuerto, o en un laboratorio científico y podría enumerarte 100 foto reportajes más de interés para el lector. Si van al web, mejor, porque serán en color, muchas fotos, y si van al impreso, muy bien, lo podrán ver quienes no tienen web. Gente capacitada hay, falta voluntad creativa, diversificación y sobre todo, eliminar temas tabú de la larga lista de las redacciones cubanas. Cabría preguntarse también y la respuesta sería más aterradora: ¿Acaso a fuerza de limitaciones técnicas y restricciones creativas los fotógrafos cubanos perdieron el interés y se comportan como meros asalariados pasivos? Desconozco la respuesta.

El elemento tecnológico: Soy consciente de las carencias tecnológicas en la prensa cubana, de sus limitaciones tecnológicas, de transportación, hospedajes, etc., que obligan a las redacciones a prácticamente supeditar las coberturas a su entorno más cercano o a los acontecimientos programables: actos políticos masivos, marchas, congresos, etc. Ante esta realidad solo puedo apelar a una conclusión: ante la avalancha desinformativa contra un país como Cuba, solo hay

una opción para el periodismo cubano: una avalancha informativa cueste lo que cueste.

5- En cuanto a la estructura que debe tener un fotorreportaje, cómo debe ser la relación entre texto, epígrafes, título, y pie de foto. En cuanto al pie de foto, este ayuda o aleja al receptor del mensaje que se quiere transmitir en la fotografía.

La estructura de un fotorreportaje va a estar en relación directa con el contenido. Mientras más tonterías muestren los fotorreportajes, mientras más insípido sea, más necesidad tendrá de epígrafes, titulares, pie de fotos, epílogos, comentarios al tema, observaciones, y todo lo que puedas sumarle, para paliar la carencia inicial. Si el físico decía: dame un punto en el espacio y moveré al mundo... dame 8 buenas fotos de un nuevo tema y quédate con todo lo demás.

Ahora bien, un texto que introduzca al lector en un tema determinado estará dado por la singularidad del mismo. No se necesita mucho texto para un fotorreportaje de la marcha por el Día del Trabajador. No será el caso de un laboratorio donde científicos investigan como lograr re-oxigenar la atmósfera.

Los pie de fotos deben responder a las normas básicas de ayudar al veedor a identificar personas y lugares en momentos dados y no ser una tribuna para expresar el fervor o la discrepancia hacía un hecho que no es visible en las imágenes. Definitivamente si pretendes hacer periodismo, el pie de foto es también un instrumento del fotoperiodista.

6- ¿Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje: el consejo editorial o el fotorreportero que lo realiza?

Quien quiera o deba elegir las fotografías que componen un fotorreportaje hay solo una premisa: saber de fotografía.

Ahora bien, hay un sistema de filtros en todos los medios. El fotógrafo es un autor, es la persona que mejor conoce el hecho fotografiado por tanto debe ofrecer solo y únicamente aquellas imágenes que considera más eficaces y que está seguro muestran lo que él -y el medio para el cual trabaja-, quieren expresar. Después hay personas en un consejo editorial que responden a las intenciones del medio y su opinión para cómo y cuáles presentar esas imágenes como válidas. Pero es imperativo que estas personas sepan de fotografía y no solo de ideología. Esta unidad entre fotógrafo y editores debería ser tan estrecha que el autor tendrá en consideración los imponderables de los editores y estos a su vez, tendrán en cuenta la creatividad y la necesidad de respetar la visión (incluye lo fotografiado y el cómo lo fotografió) del autor. Un equipo así, es un equipo fuerte que batalla con un solo objetivo: llegar al lector.

7- La edición de las fotografías es un tema en determinados momentos que ocasiona el debate. En su opinión qué importancia tiene el trabajo del proceso de la edición y la presencia de un editor gráfico en las redacciones informativas y específicamente en las páginas web cubanas.

(No puedo responder esta pregunta, ya que cuando dices proceso de edición, no sé a qué te refieres. Muchos llaman proceso de edición al trabajo en software y otros a procesos meramente selectivos, de organización de las imágenes, de la consecución de ellas, de la interactividad entre ellas, del discurso general, etc.).

Sobre las páginas web cubanas francamente no las miro desde hace tiempo, es decir, desde que dejaron de tener interés visual e informativo para mí como lector. Y me consta que no soy el único lector que las abandono... al menos por el momento. Con la excepción –a veces- de www.cubadebate.cu, carecen de verdaderos reportajes fotográficos, de corte social, de corte científico, de corte deportivo y se resuelven en meros espejos de la edición diaria del impreso. Creo que no entienden aun la importancia de la plataforma web y continúan otorgándoles un carácter magnánimo al impreso. La web llega a millones en cientos de lugares del mundo, el impreso a jubilados que tienen tiempo de hacer la

fila al amanecer para correr detrás de una de las escasas copias del diario. El papel del web para la prensa cubana convive aun con la falta de visión sobre una herramienta poderosa y realmente omnipresente.

8- Sé que su tiempo es limitado, pero dentro de sus posibilidades me podría ofrecer su valoración acerca de la información visual de la página web del periódico Girón. La dirección web es la siguiente: www.giron.co.cu

No es bueno abordar en esta entrevista mis puntos de vista sobre la página web del diario Girón ya que no soy asiduo lector del mismo. No obstante, para dejar esbozadas algunas ideas, aquí te ofrezco un par de opiniones.

<http://www.giron.co.cu/es/noticia/social/instituto-politico-ernst-thalmann-medio-siglo-formando-profesionales>

Este artículo tiene 736 palabras y 1 fotografía. El instructor, que no sé cómo se llama, -ya que no hay pie de foto-, y su alumno, que ignoro como se llama, -pues no hay pie de foto-, permanecen cual dos estatuas frente a un torno. Supongo que el alumno asustado por el artefacto y el profesor preocupado porque el alumno metiera la pata frente a la periodista. Bueno, puedo imaginar lo que yo desee, ya que la imagen no dice nada. Al hacer clic sobre el hiperlink, esperanzado de ver un fotorreportaje de 10 imágenes del Instituto Politécnico Ernest Thalmann, solo hay esa única foto y un link facilitándome bajarme esa imagen. No puedo comentar más al respecto, solo pedirles que pongan las fotos del reportaje o cabría preguntarles: ¿no hay tinta y papel suficientes?

Otro ejemplo:

<http://www.giron.co.cu/es/noticia/social/continua-en-matanzas-segunda-etapa-de-vacunacion-antipoliomielitica>

Genial la noticia que en Matanzas continúa la segunda campaña anti polio... y...porque lo dice un texto ilustrado con una muy defectuosa y antigua fotografía, ¿debo creerlo?

Otro ejemplo:

<http://www.giron.co.cu/es/multimedia/giron/varadero-ni%C3%B1os-en-la-playa>

¿Puedo considerar esto como una falta de respeto a los lectores o debo tomarlo como una broma? Esas fotos verticales colocadas al descuido denotan cuan interesados están en el diario Girón en sus lectores.

Pienso en general que hay poca seriedad, muy poco profesionalismo, mucho desinterés, mucho “copia y pega” de medios nacionales, una falta total de comprender que es una galería de fotografías de una provincia tan importante a la nación como es Cuba. Y creo que en su página web el diario Girón denota que hay una plantilla de personas no interesadas en su trabajo. Lástima que así sea.

Anexo 10 ENTREVISTA A JULIO MENAJOVSKY, FOTOPERIODISTA ARGENTINO.

Vía correo electrónico

1- Son diversas las teorías que se formulan acerca del fotoperiodismo y del fotorreportaje como género del fotoperiodismo. ¿Particularmente cuáles son sus definiciones?

Definir que es la fotografía y delinear sus comarcas ha demandado y demanda aún enormes esfuerzos a epistemólogos, comunicadores, fotógrafos, semiólogos, críticos de arte, etc. sin que falte, ¿por qué habría de ocurrir?, el simple ciudadano de a pie que, en tanto usuario, también está habilitado a meter baza en el asunto.

Tantas disciplinas y tan pocos resultados concluyentes a mi juicio indican que entre la naturaleza técnica del dispositivo y los usos sociales que se derivan de esta técnica, basculan los distintos abordajes en torno a la naturaleza ontológica de este invento que ya lleva casi 170 años de existencia. Y esto es así por qué una cosa es saber que es posible fijar rayos luminosos sobre una superficie fotosensible y obtener una imagen que guarda ciertas relaciones de iconicidad con el objeto que en determinado momento estuvo frente a la cámara, enfocado desde el lugar del operador (según una muy difundida definición de Román Gubern) y otra de qué modo el género humano se ha servido de esta capacidad técnica como plataforma para usos tan diversos como la educación, la socialización del saber, el control social, la memoria, el auxilio a la ciencias y la intervención decisiva en la construcción de identidad sobre el pasado histórico, sea este inmediato o remoto. Por caso el llamado fotoperiodismo.

A su vez no parece que definir el periodismo nos coloque en un terreno más consolidado y seguro. También por aquí hay mucho margen que definir, no tanto a la hora de su delimitación académica, sino más bien en la ponderación de ciertos productos que se reclaman como periodísticos, que según como se los mire o a

través de que categoría se los analice, lo serán o no lo serán, aunque a priori les quepa la definición.

Pues entonces una pregunta tan amplia como ¿Qué podemos entender cómo fotoperiodismo? se nos aparece como una empresa aún más compleja toda vez que fotoperiodismo resulta un término compuesto que remite a la colaboración, yuxtaposición, articulación y relevo de dos disciplinas que se fundirían en un nuevo estadio que sin ser uno ni otro contiene a ambos, tornando sus fronteras, en términos de definición, en una zona que multiplica indeterminaciones y relatividades, que a su vez varían según la geografía y el momento desde donde miramos.

En tren de desentendernos de tantos impedimentos y consideraciones epistemológicas quizás resulte sencillo decir que toda fotografía que sea utilizada como parte del discurso en un medio “periodístico”, es decir, que articule con un texto, será fotoperiodismo. Y quizás no haya mucho más por decir, salvo por el hecho que esta definición nos deja sumergido en un mar de incertidumbre e improbabilidades apenas echamos una mirada sobre cualquiera de los productos que se reclaman como “periodísticos” cuyas imágenes difieren enormemente entre sí, no solo por sus contenidos semánticos, es decir lo que leemos y vemos en y a través de ellas, sino por la naturaleza que las habita.

Para ser más claro diré que una primera diferencia sería cuánto denuncia el enunciado fotográfico su naturaleza de insumo construido y cuánto resulta escamoteada a la vista del observador la manipulación de la cual es resultado.

El sentido común y el uso más extendido de lo que entendemos por fotoperiodismo resulta ser una actividad de producción de fotografías, que dan cuenta de acontecimientos ocurridos en el espacio real visible, sobre temas de interés general y, una vez realizadas, susceptibles de ser incorporadas al discurso de un medio junto a textos con los que articularán significados. Dicha articulación

se realiza mediante el diseño en el espacio que comparten textos e imágenes, agregándose por esta vía nuevas intervenciones en la construcción de sentido.

Cualidades y condiciones para el ejercicio del fotoperiodismo

En principio diría que el fotoperiodista a diferencia de alguien que solo hace fotografías, sabe qué las realiza para un “mercado”. Tiene conciencia que su imagen o el conjunto de imágenes que produce sobre un determinado tema forma parte de un dispositivo más amplio y complejo que las contiene. Mejor dicho que las contendrá ya que formarán parte de un producto mayor. La acción de fotografiar la realiza para un tiempo diferido, esa es su singularidad.

Su saber de oficio le indica que su imagen se comportará como un insumo, que será procesado en la serie de procedimientos que constituye la producción del medio, en nuestro caso y para una buena parte de la actividad de un fotógrafo de prensa, será el discurso visual que dé cuenta de acontecimientos producidos en el espacio real visible.

Es desde este punto de vista que definimos al fotoperiodismo como un oficio y al fotoperiodista como un trabajador insertado en una lógica de producción que le es propia y funcional a la actividad.

Las cualidades del fotoperiodista no están exentas, por cierto, de las que devienen de sus condiciones y habilidades en la cual referencia su producto. Así por ejemplo los fotógrafos que trabajan para la industria de la presa gráfica deportiva deberán exhibir habilidades propias de este género periodístico, (buenos reflejos, conocimiento de las reglas de juego, quienes son las figuras, que derivación tendrá éste u otro resultado, etc.) mientras que para otros segmentos de la misma industria se ponderarán otros aspectos, habilidades y conocimientos.

Pero si quisiéramos señalar una característica común a todos los géneros y subgéneros en los que comúnmente se segmenta el fotoperiodismo, diríamos que la principal cualidad sería la de saber adecuar información e impacto visual. El

primero por que hace a la sustancia de lo que ofrece un medio que se reclama periodístico. El segundo porque la imagen, en tanto fija, deberá no solo ser atrayente sino pasible de ser “leída” y proporcionar un plus que llame la atención agregando algo más que la mera descripción literal de lo acontecido. Esta relación entre información e impacto visual no se da en términos absolutos ya que está determinada por condicionamientos históricos-culturales. Varía con las épocas (variable de las “modas”), las geografías y los distintos segmentos de públicos objetivos. No será del mismo modo el parámetro de impacto visual recomendable o habitual para un medio de crónica policial “amarilla”, como la que circula en muchos países de Latinoamérica y otras partes del mundo, que la destinada a un medio que aborda la cultura, la moda o la información general dirigida a lectores bien informados. En cada caso la variable información-impacto funcionará bajo la imposición de diferentes lógicas.

Pero en todos los casos las buenas cualidades del fotoperiodista pasarán por conocerlas según las coordenadas establecidas por el estilo y contrato de lectura con el público del medio al que pertenezca y, dentro de los márgenes que tiene para moverse, realizar su aporte personal.

Etapas que se deben considerar a la hora de la realización del trabajo fotoperiodístico. Profesionales intervienen en esas etapas

En rigor hay dos grandes momentos en lo estrictamente vinculado al trabajo de un fotógrafo de prensa, una vez determinado el sujeto o tema a registrar: El momento de toma y el momento de edición. Y cada uno de estos a su vez reconoce una serie de operaciones vinculadas entre sí.

Por momento de toma se debe apreciar, en primer lugar, el conjunto de acciones destinadas a obtener la mayor cantidad de imágenes susceptibles de ser utilizadas en la publicación o publicaciones que el evento pueda suscitar. Mientras el evento se está desarrollando el fotógrafo se encuentra en tensión frente a la necesidad de ser exhaustivo y sintético a la vez. No sirve que sea solo una u otra cosa.

Debe ser exhaustivo para que a la hora de ordenar la secuencia de desarrollo del evento el mismo pueda ser reconstruido y así poder enfatizar algún aspecto en particular o significativo según sucedieron los acontecimientos. Esto último solo se sabe a ciencia cierta una vez que todo sucedió y pueda evaluarse lo relevante periodísticamente. Cuando esto sucede la foto debe estar.

Pero de poco sirve cientos de imágenes cuando cada una sólo da cuenta de una pequeña porción de lo acontecido ya que serían necesarias muchas imágenes para contarlo. He aquí que esas imágenes que condensan sintéticamente los principales aspectos del evento serán las más apreciadas a la hora de llevarlas a la página, habida cuenta del espacio siempre escaso para el despliegue de imágenes.

Para lograr estos resultados no hay recetas, pueden pensarse estrategias, pero a la hora de la verdad solo se trata de buenas dosis de conocimiento previo, intuición, picardía y bastante del escurridizo azar para estar en el lugar apropiado, en el momento justo.

El momento de edición corresponde al de la selección de imágenes y organización del discurso que es el que finalmente llega al lector y constituye el aporte visual al sentido que emana de toda la página como una unidad y no solo de la fotografía aislada.

2- En el continente y un poco más allá de sus fronteras, existen diversos medios de comunicación como es el caso de El Clarín, El País, ABC, New York Times por solo citar algunos, que realizan excelentes trabajos fotoperiodísticos, apartando las ideologías a las cuales cada uno de ellos responden, ¿cree usted que el fotoperiodismo cubano debe tomar como modelo a seguir el trabajo que realizan estos medios o simplemente debe verlos desde una posición de la crítica y del rechazo?

En verdad no estoy en condiciones de decir nada interesante ni fundado sobre fotoperiodismo cubano. Salvo aquel que se remonta a los años 60, a los primeros años de la revolución. Esos maestros que la historia los encontró en el lugar justo con la mirada indicada son y seguirán siendo objeto de mi admiración. Más aún cuando tuve la oportunidad de platicar y conocer a Liborio Noval, de quien guardo imborrable recuerdo de su paso por la escuela que en esos momentos dirigía.

Pero sobre el presente me excuso porque ignoro casi todo lo relativo a lo que se publica en Cuba. Y lo poco que conozco no lo puedo valorar en contexto por que no tuve el privilegio de visitar la isla ni intercambiar con mis colegas porque imagino que las cosas allí ocurren bien diferente a como pasan en esos países que nombras donde lo que prima son las lógicas del mercado, puro y duro. Mucho menos estoy en condiciones de recomendar nada.

¿Cuál es su opinión acerca del fotoperiodismo que se realiza en Cuba tanto en los medios tradicionales como los digitales (por ejemplo en Cubadebate) y qué sugerencias le haría usted a los profesionales cubanos que se dedican a esta disciplina?

Me remito a la anterior. Cubadebate me parece bien logrado, ágil y con mucha oferta. La Jiribilla otro tanto. En ambos se ve que el paso del papel a lo digital recién comienza. Se ven muy notorias las marcas de la narración lineal. Esa cadencia aprendida desde el fondo de los tiempos, de Guttemberg a la semana pasada... no será una herencia fácil de desprenderse. Y por lo que puedo ver, la utilización de lo hipermedial e hipertextual es aún tibia. Pero no puedo valorarlo en abstracto ya que un medio no es solo lo que uno ve sino el modo en que interactúa con sus lectores, la manera en que satisface la demanda y el modo en que establece y honra el contrato de lectura. Y si hablamos de plataforma digital está la cuestión del acceso a Internet y el ancho de banda disponible como para formular recomendaciones en este terreno sobre todo en referencia formatos multimedia.

3- Las rutinas productivas que rigen a los medios de comunicación unida a las infinitas posibilidades que brinda Internet, ¿constituyen desde su punto de vista un obstáculo o son herramientas viables para la realización de un buen fotoperiodismo?

Hoy los fotoperiodistas nos encontramos frente a retos absolutamente novedosos y revolucionarios. Esos retos en parte son los mismos que enfrenta el periodismo en su conjunto. El de la credibilidad y el compromiso con la verdad en primer lugar. Y ya con eso tenemos bastante habida cuenta la grave crisis que enfrenta, en este punto justamente, el periodismo en su conjunto, del cual nuestra actividad es parte inseparable.

Por otro lado, en lo referente a la producción fotográfica debemos comprender que el campo de la producción de imágenes, donde hasta hace poco, prácticamente monopolizábamos el espacio, hoy debemos acostumbrarnos compartido con impensados usuarios habilitados de echar mano a un teléfono, por ejemplo, con capacidad de generar archivos fotográficos. Y cada vez más los hay de buena resolución de imagen, para distintos soportes. Estos portadores de “cámaras” vienen creciendo en cantidad y de hecho ya se cuentan por millones y pululan por doquier. A su vez al proliferar estos usuarios, que no se ven a sí mismos como fotoperiodistas y no obstante están en condiciones de producir fotografías buenas o muy buenas susceptibles de acompañar un texto informativo y desde ese punto de vista ser consideradas fotoperiodísticas. Este nuevo escenario desdibuja el carácter excluyente de un saber que hasta hace muy poco era compartido solo por “profesionales”. Un ejemplo al azar: la actitud que asumen muchos transeúntes cuando de improviso ocurre un evento, un accidente o cualquier otra cosa que pudiera devenir en “noticia”. Mucho antes que llegue algún profesional, si fuera el caso, se puede descontar que la escena habrá sido capturada por más de un portador de teléfono con cámara. Y la puesta en circulación en algún canal, tras la decisión de hacerlo, es aún más rápida e instantánea. Y esto es lo que vemos a diario en canales como Twitter, Facebook, Flickr, Instagram, blogs, redes sociales,

portales de todo tipo. A su vez estas imágenes son recogidas y ampliada por medios de prensa que se surten de esos mismo canales, a discreción.

No vale aquí esgrimir que la “calidad” de la imagen de un portador casual de un dispositivo fotográfico de esas características no pueda competir con la de un profesional, descontamos que la misma será notoria. Pero a la hora de quien puede ofrecer mayor credibilidad, el transeúnte casual quizás se lleve la mejor calificación. Porque justamente no es un profesional. Y pensemos que ese plus de calidad periodística que es la credibilidad no es desdeñable en el mundo actual, como dijimos más arriba. Además la creciente mediatización de la sociedad vinculado a una cada vez mayor facilidad para capturar fotografías va conformando un saber de códigos visuales heredados de prácticas profesionales, hasta hace muy poco exclusivas del saber de oficio. Hoy esos saberes y competencias son compartidos por millones de usuarios en modo creciente. No estamos afirmando que por efecto de esos factores el fotoperiodismo ha muerto o que esté en vías de serlo, para nada. Estamos diciendo que los fotoperiodistas tendrán que reinventarse. Y esto debemos asumirlo como una gran oportunidad al poder abandonar, en buena parte, el lastre de ser el “bombero de los acontecimientos” de actualidad para poder dar rienda suelta a nuestra particular y subjetiva manera de “contar lo que se ve” por no ser ya el único depositario de la función descriptiva. Hoy están dadas las condiciones de proyectar un nuevo contrato con el público en términos de credibilidad porque el público ya no es el mismo que solo veía lo que los fotógrafos les mostrábamos. Ahora están al lado nuestro, con sus camaritas y husmean sobre nuestros recursos y tretas visuales. Y las adoptan.

Pues entonces la condición de fotoperiodista en tanto profesional de la imagen será la de poder ofrecer un diferencial en la capacidad de percibir el entorno y ver más allá. Y ser capaz de narrarlo en imágenes. Ya no basta con estar o haber estado, porque muchos otros lo habrán hecho en su lugar, antes y quizás mejor. Los ejemplos abundan, desde el atentado en el metro de Londres a las del

tsunami en el Océano Índico en el año 2004. Incluso las fotos tomadas por los mismos soldados en Abhu Grahib, Irak, también constituyen casos muy particular pero orientado en el mismo sentido de los que venimos argumentando (ver texto en adjuntos)

Para un profesional, apropiarse de un lenguaje y explotarlo a favor de poder aportar algo más que un simple registro siempre fue una exigencia del oficio. Hoy es su única justificación de ser. Su única posibilidad de supervivencia. O superamos la cota de la simple ilustración o constatación de la existencia de un hecho o nuestras imágenes se consumirán por obra y gracia de su banalidad e intrascendencia.

Y esto es tan válido para un fotógrafo argentino, como neoyorquino o cubano.

4- ¿Cuál es la relación entre manipulación y fotoperiodismo en la construcción de la realidad en un mundo tan globalizado como el de hoy?

La fotografía es producto de una manipulación. No es una posibilidad, es su condición de existencia. Si pensáramos lo contrario estaríamos suponiendo que una fotografía puede hacer (se) sin la existencia de un sujeto enunciador, algo así como admitir la posibilidad de una representación natural autográfica. La mediación de ese sujeto conlleva el reconocimiento de la inscripción subjetiva del operador en la construcción de la imagen. Y ese carácter de construcción denuncia la naturaleza de la fotografía como artefacto, el resultado de una manipulación.

Pues no ahondaré en las relaciones, por cierto complejas que la fotografía ha instalado desde su invención-descubrimiento en relación a la objetividad-subjetividad, verdad-mentira, documento-arte, etc. siempre presente al momento de abordar la naturaleza ontológica de la fotografía, que deviene a su vez del carácter inicial del signo fotográfico, en tanto huella de un real. Y por tanto presuntamente probatorio de la existencia de aquello que la fotografía muestra.

Obviamente entiendo que la pregunta está formulada en relación a las operaciones tendientes a instalar la ocurrencia de hechos o situaciones que no guardan analogía con la verdad histórica. Y si esto ocurre es por porque sobre la fotografía se deposita el “peso de la representación de lo real” sobre lo que registra del entorno que nos rodea.

La complejidad que se desprende hoy día al abordar la cuestión de la manipulación en los términos que entiendo la pregunta, nos llevaría a campos muy diversos y superpuestos que abarcan desde la ética y deontología profesional, las nuevas perspectivas del trabajo del fotoperiodista en la era digital (de la que ya hicimos mención), la redefinición de lo que hoy se considera documental y las nuevas competencias de lectura de un público que ya ha perdido la inocencia o está en vías de lograrlo. (Sugiero ver los textos donde podrás encontrar desarrollos amplios sobre este tópico)

5- Sé que su tiempo es limitado, pero dentro de sus posibilidades me podría ofrecer su valoración acerca de la información gráfica que ofrece la página web del periódico Girón. La dirección web es: www.giron.co.cu

El sitio me parece bien desarrollado, vistoso, amable porque invita a entrar y con diversidad de temas para abordar. Entiendo que es un diario de una provincia que debe dar cuenta de lo que pasa en la región y que el lenguaje y complejidad de navegación guarda relación con la apetencia y saberes de sus lectores objetivos. Y está bien que así suceda. Pero no puedo valorarlo más allá de estos parámetros generales por los motivos que ya expuse en otra pregunta similar. Del mismo modo en lo referente al aprovechamiento de la plataforma digital en cuanto a la posibilidad de romper cierta continuidad de la narración lineal heredada de la gráfica analógica. En esto a Girón, coma la mayoría de los nuevos medios digitales se les abren un nuevo mundo de la mano de lo hipertextual y medial con infinitas posibilidades y por ahí habrá que avanzar.