



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO
DEL ROL DEL FOTOPERIODISTA

CABRERA ESPINOZA JOSTHYN JAIME
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS
COMPARATIVO DEL ROL DEL FOTOPERIODISTA

CABRERA ESPINOZA JOSTHYN JAIME
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL ROL
DEL FOTOPERIODISTA

CABRERA ESPINOZA JOSTHYN JAIME
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA

MACHALA, 27 DE FEBRERO DE 2020

MACHALA
27 de febrero de 2020

FOTOPERIODISMO EN REDES SOCIALES

por Josthyn Cabrera

Fecha de entrega: 10-feb-2020 04:05p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1254998713

Nombre del archivo: TRABAJO_COMPLEXIVO_-_JOSTHYN_CABRERA.docx (31.12K)

Total de palabras: 4487

Total de caracteres: 24060

FOTOPERIODISMO EN REDES SOCIALES

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.revistacultura.com.pe

Fuente de Internet

2%

2

pendientedemigracion.ucm.es

Fuente de Internet

2%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 50 words

Excluir bibliografía

Apagado

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CABRERA ESPINOZA JOSTHYN JAIME, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL ROL DEL FOTOPERIODISTA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de febrero de 2020



CABRERA ESPINOZA JOSTHYN JAIME
0706165297

FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL ROL DEL FOTOPERIODISTA

RESUMEN

En la actualidad el fenómeno de la tecnología móvil y la reducción de los costes de equipos fotográficos y tecnológicos han permitido que cualquier ciudadano se transforme en un potencial creador de imágenes, situación que ha ocasionando serios conflictos a nivel profesional referentes al valor del rol fotoperiodista, quien hace algunos años atrás se consideraba con un grado de exclusividad en la imagen informativa.

Esta investigación tuvo como objetivo principal comparar el panorama actual del profesional en el fotoperiodismo en el entorno digital a nivel local y nacional, estableciéndose como objetivos específicos el caracterizar el rol del fotoperiodista en la era digital, analizar la situación actual que viven los profesionales del fotoperiodismo en el actual contexto digital y por último determinar los retos y oportunidades del fotoperiodismo en este contexto. Para resolver estas cuestiones se aplica una metodología cualitativa, a través de la aplicación de entrevistas en profundidad a profesionales fotoperiodistas tanto a nivel nacional como local. Del análisis de sus respuestas se extrae los resultados que muestran que el fotoperiodista debe adaptarse a la tecnología y seguir capacitándose, poniéndose al día es decir el fotógrafo debe ser curioso para de esa manera poder realizar un trabajo de calidad y expandir nuevos horizontes con las redes sociales, asegurando la preservación del oficio y la implementación de nuevas fórmulas de trabajo.

PALABRAS CLAVES: Fotoperiodismo, redes sociales, fotografía, era digital

**PHOTOPERIODISM IN THE DIGITAL ERA. COMPARATIVE
ANALYSIS OF THE ROLE OF THE NATIONAL AND LOCAL
PHOTOPERIODIST**

At present, the phenomenon of mobile technology and the reduction of the costs of photographic and technological equipment have allowed any citizen to become a potential image creator, a situation that has caused serious conflicts at a professional level regarding the value of the photojournalist role, who a few years ago was considered with a degree of exclusivity in the informative image.

This research had as main objective to compare the current panorama of the professional in photojournalism in the digital environment at local and national level, establishing as specific objectives to characterize the role of the photojournalist in the digital era, analyze the current situation experienced by photojournalism professionals in the current digital context and finally determine the challenges and opportunities of photojournalism in this context. To solve these questions, a qualitative methodology is applied, through the application of in-depth interviews with photojournalist professionals both nationally and locally. From the analysis of their responses, the results are shown that show that the photojournalist must adapt to technology and continue training, catching up, that is, the photographer must be curious so that he can perform quality work and expand new horizons with networks social, ensuring the preservation of the trade and the implementation of new work formulas.

KEYWORDS: Photoperiodism, social networks, photography, digital era, technology.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	4
Planteamiento del tema	4
Planteamiento del problema	4
Objetivos	4
Contextualización	5
Justificación	6
DESARROLLO CONCEPTUAL	7
2.1. Fotoperiodismo	7
2.2. Fotoperiodismo y redes sociales	8
2.3. El Rol del Fotoperiodista en la era digital	10
2.4. Fotoperiodismo con el móvil	12
METODOLOGÍA	16
RESULTADOS	18
4.1. Resultados obtenidos en la entrevista a fotoperiodistas locales (ver anexo 1)	18
4.2. Resultados obtenidos en las entrevistas a fotoperiodistas nacionales (ver anexo 2)	19
CONCLUSIONES	22
RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25
ANEXOS	28

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del tema

Este trabajo se titula **FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL ROL DEL FOTOPERIODISTA** se propone como un abordaje cualitativo para analizar el panorama actual del fotoperiodista local y establecer una comparación con la realidad del fotoperiodista a nivel nacional, en cuanto al entorno digital se refiere; considerando retos que las nuevas tecnologías les plantean y oportunidades que esta nueva sociedad interactiva les ofrece.

1.2. Planteamiento del problema

La problemática investigativa de este trabajo es la siguiente: ¿Cuál es la situación actual que viven los profesionales del fotoperiodismo en el entorno digital tanto a nivel local como nacional?

1.3. Objetivos

A continuación, se detallan los objetivos, tanto generales como específicos, del presente trabajo:

Objetivo general

- Comparar el panorama actual del profesional en fotoperiodismo y su rol en el entorno digital a nivel local y nacional

Objetivos específicos

- Caracterizar el rol del fotoperiodista en la era digital
- Analizar la situación actual que viven los profesionales del fotoperiodismo en el actual contexto digital a nivel local y nacional.
- Determinar los retos y oportunidades del fotoperiodismo en este contexto.

1.4. Contextualización

En los últimos años, el rol tradicional de los fotoperiodistas ha evidenciado alteraciones con el uso masivo de las redes sociales, especialmente en la difusión de contenido de sucesos, que incluso son posteados antes que los medios de comunicación tradicionales (Molano & Tagarro, 2019, pág. 175). Estas fotografías, que pueden llegar a ser vistas por personas de todas las partes del mundo, son difundidas en plataformas como Twitter, Facebook o Instagram, sin tener un proceso de post producción o de tratamiento alguno.

Estos procesos originan la creación de un nuevo panorama para los profesionales de la fotografía de prensa, que para muchos de estos, es desconocido y complejo de manejarlo. Además, se enfrentan a una serie de aspectos negativos, entre ellos el de un nuevo competidor, el ciudadano común, que ahora tiene la posibilidad de graficar mediante su teléfono móvil y que ha tomado un lugar en la propagación de contenidos sobre la actualidad.

A más de esto, los consumidores de estos materiales fotográficos, la ciudadanía en general, son quienes aprueban la difusión de estos contenidos, evidenciando en algunos casos la carencia de una cultura visual, mezclada con el morbo que un suceso pueda llegar a tener y que de una forma dan relevancia a estos trabajos desarrollados sin un proceso de revisión y tratamiento adecuado, que los medios sí pueden llegar a tener.

Claros ejemplos se dan a cada hora y en diferentes lugares. Los casos más comunes de estas gráficas se evidencian sobre los acontecimientos suscitados en manifestaciones, paralizaciones o protestas, que han tenido repercusión a nivel internacional. Uno de los más destacados, es el caso de una instantánea realizada por Susana Hidalgo, actriz chilena, quien a pesar de no haber estudiado fotografía, plasmó una de las postales más icónicas de estos hechos, que dio la vuelta al mundo y la cual se convirtió en una de las más replicadas por medios de este y otros países. Su única herramienta para hacerla, fue su teléfono celular.

Mediante sus declaraciones a Diario La Prensa de Nicaragua, Hidalgo dio a conocer que aquella imagen icónica fue tomada durante la convocatoria que albergó a casi 1.2 millones de chilenos en el centro de Santiago, sin previamente tener una idea de que iba a producir una de

las fotos más relevantes del 2019 en Chile.

La Prensa (2019) “Tomé la foto simplemente como una ciudadana chilena que quiere un país más justo, un Chile más igualitario” (párr. 12). Explicó, evidenciando el poder que ejercen las redes para la difusión de estas fotografías, que posteriormente son publicadas por medios de comunicación, como parte de los complementos de sus textos o destacadas por otros en diferentes artículos o apartados en las redes sociales.

La publicación de esta gráfica, fue acompañada con dos más en tipo carrete, en el feed de su cuenta de Instagram, post que alcanza más de 85 mil likes. Mientras que en Twitter, sus fotos han sido utilizadas en tweets, que llegan a los 40 mil likes y que pasan los 4 mil retweets.

Pero estos contenidos, muestran un lado de la noticia, por lo que al usarlo pueden reflejar eso, a los que muchos consideran que no puede llegar a ser una foto periodística, ha pesar de que ha sido utilizado por diversos medios de comunicación.

Esta situación se repite a nivel mundial en varios hechos donde el reportero gráfico no se encuentra presente pero el ciudadano con un dispositivo móvil genera esa información y la viraliza, sin lugar a dudas esto ha modificado completamente el ejercicio del fotoperiodista tradicional.

1.5. Justificación

Este trabajo surge con la idea de visibilizar la situación que han tenido que enfrentar en los últimos años, los profesionales del fotoperiodismo con el arribo de las redes sociales y sus múltiples factores que estas pueden conllevar, para así identificar los retos y oportunidades que se crean a partir de ello.

“Internet, las redes sociales y la evolución tecnológica han provocado un cambio en el paradigma informativo” (Lavín de las Heras & Römer Pieretti, 2015, pág. 189). La situación de los profesionales de la fotografía para prensa se ahonda, cuando carece de un nivel bajo de autoadaptación a estos avances tecnológicos, que se han podido percibir y que dan como resultado la participación, cada vez más cercana, de las personas que al tener un teléfono móvil con cámara, una cámara semiprofesional o profesional, se involucran con los hechos noticiosos a través de estas plataformas digitales, que en muchas de las ocasiones son

replicados por los medios tradicionales. La utilización de la imagen fotográfica en Internet en general y en la prensa online en particular es masiva, y ha aumentado gradualmente (Ferré,T, 2018, pág. 65).

Y es que según De Oliveira & Vera (2017) “las imágenes dentro del mundo periodístico han tenido desde siempre gran relevancia y su importancia ha ido aumentando con el paso del tiempo, influenciada, en parte, por los avances tecnológicos” Que por otro lado, hacen que estos contenidos hechos por ciudadanos, sean publicados de manera descontrolada y sin una revisión adecuada de su producción.

Es por esto, que es importante la realización de este trabajo, para conocer la virtudes y desventajas de esta época para la fotografía periodística, basada en la experiencia de fotoperiodistas locales y nacionales con más de 15 años de trayectoria.

2. DESARROLLO CONCEPTUAL

2.1. Fotoperiodismo

Cuando hablamos de fotoperiodismo, según Barrezueta y Bellón (2017) podemos decir que es “el resultado de la actividad de realizar fotografías para la prensa y otros proyectos editoriales ligados a la producción e información de actualidad” (pág. 677), por profesionales que reciben la denominación de fotoperiodistas o reportes gráficos, quienes son los encargados de registrar historias y acontecimientos sociales. Los fotográficos de prensa y los fotoperiodistas, a pesar de ir por la misma línea, se diferencian. Domench (2014) menciona que el fotoperiodismo no solo son fotografías realizadas para su publicación en medios de prensa, es y ha sido interpretado como algo más (pág. 40).

Para que una fotografía sea considerada de género periodístico Leyla Cortez (2014) menciona las siguientes características:

- **Objetividad:** Debe presentar un contenido imparcial, fiable, cuidadoso y representativo del suceso.
- **Actualidad:** La fotografía debe ser de un acontecimiento reciente, relevante e ilustrativo.

- Narrativa: La imagen debe ser complementaria a un texto, representando de lo que se habla en la noticia.
- Estética: Las gráficas deben cumplir con los parámetros fotográficos como la iluminación, encuadre y perspectiva.
- Ética Periodística: La veracidad, precisión y objetividad no debe faltar al momento de publicar los contenidos gráficos.

Según Parras & Cela (2016) “El fotoperiodismo en cierto modo también es considerado como fotografía comercial, porque son imágenes producidas para su venta directa o indirecta, a través de las distintas agencias a un medio de comunicación, sea cual sea” (pág. 9).

Por otro lado, Enrique Villaseñor (2015) manifiesta que dentro del fotoperiodismo existen los siguientes subgéneros, según el autor:

El mensaje del fotoperiodismo está determinado esencialmente por objetivos informativos o noticiosos de actualidad, por el mercado de la información. Emitido en medios impresos o digitales, describen hechos y noticias, y está comprendido con la realidad. La verdad y la objetividad son dos de sus paradigmas tradicionales, que constituyen en sí mismo un género: la fotografía informativa o periodística que es publicada por medios con la finalidad de informar, la fotografía testimonial o documental que consiste en tomar imágenes con propósitos sociales y la foto-ensayo y foto ilustración que consiste en la expresión, opinión o interpretación de hechos y fenómenos (Villaseñor, 2015, págs. 25-26).

2.2. Fotoperiodismo y redes sociales

La nueva tecnología de la información y comunicación inciden de manera directa en el desarrollo de los humanos. Sánchez & Robles (2016) exponen que existen “ventajas o aspectos positivos que las tecnologías aportan a la vida de quienes las usan, e inconvenientes o riesgos que pueden surgir de su uso” (pág. 194). Por eso, es necesario conocer el uso correcto de las herramientas y de las redes sociales, para desenvolverse mejor en su diario vivir, por tanto en el ámbito personal como profesional.

López (2017) “Durante los últimos años se ha producido un relanzamiento notable de la fotografía en la prensa digital, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo” (pág 63). Los cambios del fotoperiodismo digital suscita la necesidad de actualizar algunos planteamientos en la investigación sobre esta disciplina, de tal manera que, apoyándose en el corpus de conocimiento previo, se adapten a la evolución del propio objeto de estudio y a su naturaleza cambiante.

La inmediatez es una de las razones principales que han llevado a distintos medios, a incorporarse en los años recientes, relacionando a la fotografía la cual es tomada con celulares, tanto de fotoperiodistas como de usuarios (Porciúncula & Varela, 2016, pág. 17).

Quiroz Yulvitz (2018), menciona que es importante que el fotoperiodista se capacite constantemente en el uso de herramientas tecnológicas y manejo de redes sociales, puesto que estos recursos servirán para captar y transmitir imágenes de calidad en beneficio de su eje profesional.

En este contexto, el fotoperiodista ejerce su labor en un panorama más avanzado debido al auge de las redes sociales. Facebook, Instagram y Twitter, son las plataformas utilizadas con mayor interacción y visualización por los usuarios de todas las partes del mundo.

Estas se han convertido en el nuevo ecosistema periodístico, ya que están presente en la vida diaria y son un punto atractivo con el que las personas se comunican cada vez más. Los medios de comunicación han notado el aumento del uso de redes sociales para informarse, debido a que las personas prefieren los medios digitales por su fácil accesibilidad.

“Gracias a la virtualidad se está cambiando nuestra percepción global sobre las imágenes. Se está produciendo felizmente el fin de la experiencia basada en la credibilidad social” (Ávila, 2015, pág. 5).

El usuario de Internet es un sujeto que ha pasado de recibir información a crearla y publicarla sin necesidad de ser periodista. Esta reconversión ha hecho que un público que consumía noticias de forma masiva, lo haga de una forma más selectiva y contando con una dosis de autonomía que le permite valorar, difundir o interaccionar con la propia información.

En la actualidad, se indica que la fotografía es un elemento esencial, pues sirve para capturar un momento de información y atraer la atención de los lectores. Bea Espejo (2015) nos menciona que “hemos adoptado la fotografía como una forma de lenguaje con el que podemos expresarnos” (párr. 6).

Para que la actividad de realizar fotografías de sucesos, con el objetivo de mostrarlas a través de las plataformas digitales, mantenga los estándares de profesionalismo como lo requiere el fotoperiodismo, debe estar basado en una serie de características y requisitos. “Las principales cualidades que conforman al fotoperiodistas en la era digital son la ética, el respeto, la honradez y el ser un buen observador” (Guerrero García , 2016, pág. 76).

El criterio al momento de seleccionar y difundir una imagen, es fundamental para ofrecer un producto comunicacional, con la calidad que el receptor necesita. Sumada a la inmediatez que tienen estos contenidos cuando son posteados en las diversas redes sociales.

Monje (2017) manifiesta que “Hoy en día el mejor formato es sin duda internet, porque te da una posibilidad única para mostrar tu trabajo. De esta forma puedes acceder a fotos de forma cotidiana y de manera más simple” (párr.1), el entorno digital ha evolucionado la ejecución de esta actividad. Incluso, las herramientas para desarrollarla han ido en aumento. El uso de Smartphone y redes sociales en esta labor, han puesto en discusión la prioridad en las variables calidad o accesibilidad.

El fotoperiodismo está explorando nuevas vías para producir y dar a conocer su trabajo Del (Campo & Spinelli, 2017, pág. 26). Los fotoperiodistas tradicionales deben adaptarse a esta nueva evolución, pues la tecnología avanza con rapidez, y desafortunadamente algunos podrían quedarse estancados en el camino ante la incapacidad del manejo y uso de redes sociales como medio profesional.

2.3. El Rol del Fotoperiodista en la era digital

Irala (2011) citado en Lavin y Romer (2015) afirman que “el fotógrafo cuenta con una serie de herramientas para construir su mensaje, reforzar, matizar o desmentir datos, y la fotografía digital les ha facilitado el trabajo gracias a los avances.

La fotografía digital ha permitido que se elimine el proceso de revelado, trabajo que muchas veces hacía peligrar el trabajo de estos profesionales. Robert Capa tras inmortalizar el desembarco de Normandía en la playa Omaha, envió sus carretes a la redacción de la revista *Life* pero las prisas hicieron que en el laboratorio cerraran las puertas en el armario donde se secaban los negativos y el calor, los derritió. De los cuatro carretes con 106 fotografías solo se pudieron salvar 11 (Kuper, 2013).

Miguel Gil, fotógrafo español, se encontró un problema parecido cubriendo la guerra de los Balcanes. Los compañeros de la agencia Reuters, dónde Miguel iba a revelar sus fotos, confundieron el revelador con el fijador y arruinaron los dos carretes con imágenes de refugiados y de un bombardeo en Mostar, algo por lo que se había jugado la vida (Martí, 2001).

Otras de las limitaciones que tenía la fotografía analógica y que desaparece con la digital, es la limitación de fotos que permitía el carrete, actualmente las tarjetas de memoria que emplean las cámaras pueden almacenar miles de imágenes. Una de las fotografías que recorrió todo el mundo, fue la realizada por el fotógrafo de la agencia AP, Huynh Cong Út o más conocido como Nick Ut. Fue el único fotógrafo que pudo captar la imagen porque tenía una cuarta cámara de reserva: “Cuando pasó la señora mayor con el bebé, todos los fotógrafos tomaron muchísimas fotos y las cámaras hace treinta años no eran como las de ahora. Cuando Kim apareció corriendo, muchos fotógrafos estaban rebobinando el rollo” (BBC, 2006).

Los avances tecnológicos también han facilitado la transmisión de su trabajo, Internet ha hecho que esta sea prácticamente inmediata. Pero también les proporciona una plataforma de lanzamiento, en el que pueden colgar el material descartado, a través de blogs o las redes sociales y llegar a al usuario de una forma directa. Manu Brabo, fotógrafo español galardonado con el Premio Pulitzer en 2013, lo tiene claro

“a gente debería ver Internet como un diamante en bruto que tenemos que pulir para conseguir que los medios de comunicación y esa herramienta terminen de encontrar la forma de converger. El papel, quieras que no, caerá poco a poco. A las generaciones que estamos más en contacto con Internet nos toca empezar a buscar la fórmula ideal (Brabo, 2013).

Además las nuevas aplicaciones permiten dotar de interactividad a las fotografías permitiendo al público con un clic identificar a las personas que aparecen en la fotografía o abre una pestaña en la que a modo de pie de foto, aporta una información complementaria.

Herramientas como *Thinglink11*, añaden audio, vídeo y enlaces a las fotografías que subimos a la aplicación (Doménech Fabregat & López Rabadán, 2013). Las limitaciones en papel, son evidentes, una noticia solo puede tener cinco elementos (un texto, un titular, una fotografía, un gráfico y destacados) mientras que en Internet puede llegar hasta 30 (perfiles, transcripciones completas de entrevistas, enlaces a documentos, galerías de fotos, archivo de audio, vídeo, etc.) (Rosenstiel, 2006).

Gracias a estas nuevas posibilidades, según Irala (2011), algunos periodistas gráficos ya piensan en las posibilidades de sus reportajes en la red con anterioridad a realizar el trabajo ya sea porque sean imágenes poco tradicionales, bien por temática bien por su estética más osada que solo tendrán espacio en los medios digitales. Y afirma que la causa es “la pérdida de interés en la imagen de calidad en la prensa en general”. Otros como López et al. consideran que “el hipertexto y los contenidos multimedia son la base de nuevas modalidades narrativas en el periodismo” y puede que la fotografía con el móvil sea una modalidad incipiente” (2013, p. 473).

2.4. Fotoperiodismo con el móvil

El teléfono móvil con cámara apareció por primera vez en 2001, pero alcanzó popularidad con unos 510 millones vendidos el 2004 (Lister, 2011). Algo que ha afectado a las ventas de las cámaras fotográficas, cayendo un 20% en 2012 y con una previsión del 44% para el 2013. Ya los primeros nueve meses del 2013 descendió el porcentaje a un 38,7%, siendo un 43,9% entre las cámaras compactas y un 16,7% en las cámaras réflex. Los fabricantes de teléfonos inteligentes saben que la función fotográfica es el segundo uso que hace su propietario, por lo que están mejorando no solo los sensores y las lentes, sino también con el número de aplicaciones y accesorios. Modelos como el Lumia 1020 de Nokia promete fotos de 41 megas, mientras que el Apple iPhone 5S ha aumentado la cámara a 8 megas, pero además se ha mejorado los estabilizadores de imagen, los flashes, permiten los disparos en ráfaga o la grabación a cámara lenta (Martín J., 2013).

Las cámaras fotográficas han intentado recuperar este terreno incorporando nuevas funciones, que les asemejan a los móviles, como la conectividad Wifi. Ya en 2005, Kodak sacó el modelo Easyshare-One, pero no tuvo continuidad en su catálogo por lo que hubo que esperar

al 2009, a que otros fabricantes como Sony y Samsung, lanzaran su modelo que permitía enviar las fotos por Internet. En la actualidad las cámaras han evolucionado mejorando la conectividad permitiendo no sólo el acceso a la red sino también al teléfono móvil pudieron compartir así las fotos en las redes sociales (Peco, 2013). Es paradójico que las cámaras fotográficas evolucionen para parecerse más a los móviles. Y es que estos, han mejorado la calidad de sus fotografías, permiten compartir o mandar estas en tan sólo un clic, algo que los fotógrafos profesionales también han sabido aprovechar.

En 2011 se formó el Grupo de Fotografía con el móvil o “Mobile Photo Group” (MPG), un colectivo internacional creado por fotógrafos de distintas disciplinas con el fin de establecer un estándar para la fotografía móvil de calidad, a través de la exclusividad. Buscaba dar profesionalidad a una actividad que consideraba que ni era *amateur* ni estaba relacionada con el periodismo ciudadano. Muchos fotógrafos se sintieron amenazados ante esa nueva propuesta, pero también sirvió de inspiración para otros. El grupo se disolvió dos años después por desacuerdos entre los miembros. Pero Oliver Lang, cofundador del grupo, denuncia que se sigue cuestionando la fotografía realizada con un móvil, cuando hay miles de fotógrafos de calidad que trabajan con ella, aunque asume que la idea de la exclusividad ya ha desaparecido (Lang, 2013).

Un ejemplo de este fotoperiodismo con móvil, es el fotógrafo del *The New York Times* Damon Winter. Ganó el tercer premio del *Pictures of the Year* en 2010 por una serie fotográfica tomada con la aplicación Hipstamatic de su iPhone 4. Winter convivió con el Primer Batallón de la Décima División de Montaña en Nahr-i-Sufi (Afganistán) y consideró que era el medio que mejor se adaptaba a lo que quería contar y cómo. Tras llevar seis días con las tropas, se dio cuenta que la cámara del móvil le permitía integrarse mejor entre los soldados y así obtener una mayor espontaneidad en ellos, logrando instantáneas de gran naturalidad, momentos que desaparecían en cuanto sacaba la cámara fotográfica con su gran objetivo. Winter (2011) afirmó que “The beauty of a new tool is that it allows you to see and approach your subjects differently. Using this phone brought me into little details that I would have missed otherwise”[1].

Pero no sólo estas imágenes le hicieron merecedor de un tercer premio sino que además estas imágenes fueron portada del periódico *The New York Times*, lo que suscitó una gran polémica, ya que muchos fotógrafos era muy críticos ante esta nueva forma de trabajo.

Ante las críticas, el fotoperiodista Nick Moir, recuerda que este debate entre profesionales ya

se produjo con la cámara digital, muchos profesionales que la rechazaban bendicen en cambio al teléfono móvil porque garantiza máxima calidad y asegura con su conexión a Internet la comunicación (Llanos Martínez, 2013).

Pero el *The New York Times* también publicó las imágenes realizadas con el móvil, del fotoperiodista de la agencia Getty, Benjamin Lowy, en Kabul (Afganistán) en 2011. La directora de fotografía del periódico, Kathy Ryan, tuvo que salir a defender la decisión del periódico, asegurando que sus fotografías eran más dinámicas, ricas en colores y contrastes añadiendo claridad y textura e incluso poesía a las escenas (Ryan, 11).

Lowy también ganó numerosos premios por su proyecto fotográfico, *Iraq. Perspectives* realizado también con el iPhone. Lowy entiende este tipo de fotografía como una nueva forma de comunicación o de arte, que según él, no altera la realidad y ayuda a llamar la atención sobre el público (Lowy, 2012). Además considera que las ventajas son evidentes: “es una herramienta ‘anónima’, no es pesada e íntima y cómo es rápida, puedo sacar el móvil de mi bolsillo y tomar una foto de lo que está pasando delante de mí” (Lowy, 2013). Él es uno de los fotógrafos más representativos de este tipo de fotografía con innumerables trabajos. Y marcó un hito al ser una fotografía captada con su móvil, la portada de la revista *Time* para el especial del Huracán Sandy aunque su resolución no cumpliera con los estándares habituales de la publicación (Llanos Martínez, 2013).

La revista había encargado a Lowy hacer la cobertura en directo de la llegada del huracán. El fotógrafo colgaba en directo sus fotografías captada con el móvil, en la cuenta de Instagram de la revista:

I also posted live updates. I think for very fluid events, both large scale and fast changing, there will always be a need for live coverage. And the technology is there. The problem arises if the 24 media news cycle will be more interested in quality or quantity of content. In the end, which has happened several times last year – media organizations can just pull non-professional’s images off social media platforms and publish them for a middling fee[2]. (Lowy, 2013).

Otros profesionales como el estadounidense Peter Di Campo, que ha publicado en *The New York Times* o *National Geographic* también ha optado por sustituir la cámara profesional por el teléfono móvil para realizar su proyecto *Everyday Africa*. Empezó a fotografiar con su móvil escenas cotidianas de la clase media cuando realizaba varios reportajes por África y

casi por accidente descubrió que estas instantáneas daban una visión más completa a la realidad africana, más que los proyectos que había planificado. Estas imágenes huían del estereotipo de violencia y conflicto a las que estamos acostumbrados, además de tener una composición menos cuidada permitiéndole una mayor libertad y por tanto, naturalidad a las fotografías (Estrin, 2012).

Theodore Kaye, fotógrafo de Tayikistán y miembro del MPG, recurrió por vez primera a la cámara de su móvil cuando viajó a la provincia china de Xinjiang para atestiguar las tensiones entre una mayoría de población de etnia han y una minoría musulmana, los uigures. Sus rasgos mezcla de asiático y americano despertaba las continuas sospechas de la policía china, por lo que prescindir de su cámara habitual le permitió pasar desapercibido (Llanos Martínez, 2013).

Theodore Kaye apoya este nuevo lenguaje: “nadie ve el mundo en blanco y negro o con los tonos desaturados de las imágenes de un periódico o de una revista, pero todo el mundo las entienden como reales” (Llanos Martínez, 2013). Di Campo ante la polémica sobre los filtros de *Instagram* comenta que puede que sean demasiado coloristas o que la composición de la imagen sea despreocupada pero entiende que es una nueva técnica.

Y es que cada vez, son más fotógrafos, los que utilizan este dispositivo para realizar su trabajo, como Daniel Berehulak, fotógrafo de Getty, que ha usado la aplicación 645 Pro para un extenso reportaje sobre Afganistán (elpais.es, 2012).

La revista *Time* ha premiado al jefe de fotografía en Asia de la agencia *Associated Press*, David Guttenfelder, como el fotógrafo de *Instagram* del año. El veterano fotoperiodista, siete veces ganador del *World Press Photo* se alzó con el premio gracias a sus fotografías en Corea del Norte, él es uno de los pocos fotógrafos extranjeros al que se le ha permitido fotografiar en la capital, Pyongyang. Guttenfelder pertenece al grupo de fotógrafos que abrazan *Instagram* como una oportunidad para compartir las imágenes de una manera única (Tharoor, 2013).

Los premios de fotografía móvil (*Mobile Photography Awards*) se fundaron en 2011, y tras dos ediciones, se ha convertido en la competición anual más grande en fotografía realizada con la cámara de un móvil o una tableta. El concurso cuenta con 20 categorías que además de dar visibilidad al trabajo de los fotógrafos premiados mediante exhibiciones, ventas en galerías, etc. también dota de una cantidad monetaria, el primer premio con 3.000 dólares y el segundo, 500 dólares (Berman, 2014).

Michael Christopher Brown retrató la revolución en Libia sólo con un iPhone lo que hizo que le llovieron muchas críticas por el excesivo procesamiento de sus imágenes en Hipstamatic. Pero tomó fotografías que marcaron un punto culmen sobre cómo está cambiando el mundo (Dhaimish, 2012). Brown defiende el empleo de esta herramienta: “Using a mobile phone allows me to be somewhat invisible as a professional photographer; people see me as just another person in the crowd”[3]. Algo que le ayudó a realizar su trabajo discretamente en el Congo, en concreto en un campamento para desplazados en Kibati. Según él le ayuda a ser mejor fotógrafo porque en vez de concentrarse en la configuración de la cámara y llevar mucho equipo, le permite centrarse más en la situación que en él, “It becomes more about how I feel and what I see”[4] (Brown, 2012).

Son numerosos los fotógrafos que se han apuntado a este tipo de fotografía y prueba de ello es el festival de Los Ángeles, el *LA Mobile Arts festival* que atrajo a 200 artistas del móvil en su última edición. Pero también desde 2007, existe los *iPhone Photography Awards*, siendo la competición más antigua, que a pesar no dar premios económicos, cuentan con un gran prestigio.

3. METODOLOGÍA

En el presente trabajo se aplica la metodología cualitativa, escogiendo como técnica de investigación la entrevista a profundidad, así como también revisión bibliográfica.

Esta investigación parte con esta técnica ya que a través del estudio de artículos científicos se fundamenta teóricamente el rol del fotoperiodista en el contexto digital, que permite a su vez cumplir con uno de los objetivos planteados en la investigación.

Por otro lado, cabe mencionar que la técnica de la entrevista es un “instrumento de recolección cualitativo que se presentan como una gran herramienta de obtención de datos enriquecedores para el quehacer investigativo” (Troncoso & Amaya, 2017, pág. 332).

Esta técnica de recogida de información, es oportuna en esta investigación dada la dificultad de agenda de los informantes y debido a que la temática debía asegurar confidencialidad.

Este método nos ayudará a conocer el nivel de adaptación que tienen los fotoperiodistas por

lo cual se realizó 5 entrevistas a profesionales en el fotoperiodismo tanto Locales como Nacionales (ver anexo). A continuación, se especifica a quienes se realizaron las entrevistas.

Fotoperiodistas Locales

- Paul Sarabia - Diario Opinión

Con más de 40 años de trayectoria en fotografía y 37 años como fotoperiodista en medios de comunicación locales como diario Correo y diario Opinión.

- Franco Palacios - Diario Correo

Conocimientos desde que se manejaba cámaras de rollo y fotografías en b/n. Inicios como corresponsal de la revista Vistazo, luego en los diarios Universo, La Tarde, El Nacional, y Correo. Colaborador por 18 años al Consejo Provincial en el departamento de relaciones públicas y actualmente labora para diario Correo.

Fotoperiodistas Nacionales

- Diego Pallero - El Comercio

Trabaja como fotoperiodista en el diario El Comercio desde hace 18 años donde también ha formado parte del medio “Últimas Noticias” que pertenece al conglomerado de medios de comunicación del grupo El Comercio. Asimismo, ha colaborado en el departamento de videografía de esta institución.

- Patricio Terán - El Comercio

Trabaja en la rama del fotoperiodismo desde 1994, empezó en el diario Hoy como laboratorista de fotografía y luego de fotógrafo. Posterior pasó a diario Comercio donde lleva laborando por 24 años.

- Freddy Macas - Corresponsal de Diario El Universo

Corresponsal del diario El Universo en la provincia de El Oro desde el 2005 hasta la

actualidad (15 años). Propietario del medio digital “Machala Móvil”, donde además de realizar fotoperiodismo ejecuta trabajos de redacción y contenidos audiovisuales.

4. RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados obtenidos tras la aplicación de las entrevistas a los fotoperiodistas.

4.1. Resultados obtenidos en la entrevista a fotoperiodistas locales (ver anexo 1)

- La fotografía ha ido cambiando con las nuevas tecnologías, teniendo los fotoperiodistas que adaptarse y esforzarse para estar al día con las nuevas tendencias. El manejo de las redes sociales para ellos está en un nivel medio, ya que creen que hay cosas aún para entender, puesto que hasta la forma de transferir las fotografías han cambiado, debido a que existen aplicaciones que se conectan a las cámaras a través de wifi.
- Paúl Sarabia, indicó que él aparte de hacer las fotografías, también maneja la cuenta de Instagram de su medio, Diario Opinión, pero que no la maneja completamente al igual que otras redes sociales, que suelen ser utilizadas para la publicación de las fotos y hechos noticiosos.
- Existen buenas fotografías realizadas por la gente, que las realiza incluso con el celular, pero esta herramienta no siempre garantiza un trabajo con buena calidad, ya que los usuarios de las plataformas digitales, toman las fotos y en mucho de los casos la foto es pixelada por el acercamiento que le realizan a la foto o no sirven para adaptarlos a otros formatos, que en mucho de los casos requieren los medios escritos.
- Para Franco Palacios, en las redes sociales existe una invasión de personas que no son periodistas pero que captan imágenes de un suceso para utilizarlas de diferentes maneras, sin llegar a la fuente y subida a las diferentes plataformas, creando criterios adversos y generando consecuencias negativas y positivas, porque si bien tienen el contenido, no obtienen la información necesaria para que estas puedan ser consideradas una noticia.
- El fotoperiodista con el pasar del tiempo se debe adaptar a la tecnología y seguir capacitándose, poniéndose al día en las nuevas tendencias, es decir el fotógrafo debe

ser curioso para de esa manera poder realizar un trabajo de calidad e ir evolucionando junto a esta profesión. Mientras que dentro de las oportunidades, se puede indicar que actualmente los diarios y nosotros los fotógrafos, nos beneficiamos cuando las fotos son enviadas hasta la redacción o encontradas en las plataformas digitales, ahorrando al medio a enviar a sus fotógrafos y priorizando con ellos otras coberturas de interés.

- Deben autocapacitarse y explorar el mundo de las redes sociales, ya que si no se lo hace, esta profesión será parte del pasado, por eso tiene que aprender a usar estas plataformas digitales, para que puedan ir innovando en conjunto a sus medios donde laboran.

4.2. Resultados obtenidos en las entrevistas a fotoperiodistas nacionales (ver anexo 2)

- La exigencia de la inmediatez, hacen que los medios se adapten rápido a esta era digital, Cuando los fotoperiodistas tienen cobertura, se hace más fácil subirlas inmediatamente a las plataformas de Twitter de los medios. Es una experiencia genial, puesto que ayuda mucho en el desarrollo de esta actividad. Estos cambios han sido positivos porque dan a contar más cosas a la gente por medio de la fotografía y también que las personas tienen acceso a información en redes sociales y observar de los temas que quieran.
- Con el avance de la tecnología las personas pudieron compartir mucha información y en algunos casos lo que ocasiona era pánico en las personas con las noticias falsas y que no eran contrastadas. Algunos subían desde su punto, desde su lado, parcializando el contenido y es claro que los ciudadanos están en todo su derecho de libre expresión, pero no se puede considerar para un medio de comunicación, este tipo de materiales.
- El fotoperiodismo está tomando un nuevo rumbo y los fotoperiodistas deben estar preparados para incurrir en esta nueva era. El mayor reto es poder seguir desarrollando esta profesión, conocer el entorno, las personas, saber manejar la información y ser un profesional polifuncional, ya que de eso se trata con las redes sociales, más allá de tomar fotografías, es poder ser un profesional que sepa saber difundir los contenidos por medios de estos canales tecnológicos.

- Se necesita de preparación constante, leer y adquirir nueva información para saber usar estas herramientas. En la innovación está el poder seguir haciendo esta actividad, pero siempre con ética, ya que ahora en las redes sociales se puede encontrar de todo y los valores son lo que marcan la diferencia con el ciudadano común.
- No se debe creer en lo primero que se ve, pues existieron muchas personas que subían contenido sin poder contrastarlo o a su vez para reforzar sus intereses. Se juntaron cuestiones políticas y es el claro ejemplo de la diferenciación entre los ciudadanos que suben contenido y los fotoperiodistas, quienes por ética deben presentar ambos lados de los sucesos. Aunque algunas imágenes, que dieron la vuelta al mundo, fueron replicadas por los medios tras los tratamientos respectivos para saber si estas son utilizables.

Luego de la aplicación de las entrevistas en profundidad se realizó una matriz comparativa basada en información publicada por la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación profesional en el documento: Perfil de competencia laboral, Fotógrafo de medios y multimedia; para establecer diferencias entre el perfil del fotoperiodista local y nacional y su desenvolvimiento en el entorno digital.

CRITERIOS	PAÚL SARABIA	FRANCO PALACIOS	DIEGO PALLERO	PATRICIO TERÁN	FREDDY MACAS
Cargo	Fotoperiodista	Fotoperiodista	Fotoperiodista	Fotoperiodista	Fotoperiodista
Trayectoria Profesional	Más de 40 años de trayectoria	Más de 40 años de trayectoria	18 años de trayectoria	26 años de trayectoria	15 años de trayectoria
Formación profesional en fotoperiodismo	Formación empírica	Profesional en fotoperiodismo	Profesional en fotoperiodismo	Profesional en fotoperiodismo	Profesional en fotoperiodismo
Especialización, Diplomado o Maestría en el área de fotoperiodismo	Cursos de fotografía profesional. Y autoperparación	Cursos y especialización en fotoperiodismo	Cursos de especialización en fotoperiodismo y redes sociales	Cursos en manejo de redes social y especialización en fotografía digital	Especialización en redes sociales. Manejo y evolución de fotografía en plataformas
Actualización en el área profesional y manejo de redes sociales	Conocimientos medio – alto en manejo de redes sociales	Pocos conocimientos en manejo de redes sociales	Conocimientos altos en manejo de redes sociales	Conocimientos altos en manejo de redes sociales	Conocimientos altos en manejo de redes sociales
Nivel de conocimiento de manejo de tecnologías	Nivel medio en manejo de tecnologías	Nivel bajo en manejo de tecnologías	Nivel alto en manejo de tecnologías	Nivel alto en manejo de tecnologías	Nivel alto en manejo de tecnologías
Manejo de software de edición fotográfica	Nivel medio en manejo de edición fotográfica	Nivel bajo en manejo de edición fotográfica	Nivel alto en manejo de edición fotográfica	Nivel medio en manejo de edición fotográfica	Nivel alto en manejo de edición fotográfica
Manejo de redes sociales con material fotográfico para el medio en el que trabaja	Nivel alto manejo de redes sociales	Nivel bajo manejo de redes sociales	Nivel alto manejo de redes sociales	Nivel alto manejo de redes sociales	Nivel alto manejo de redes sociales

Fuente: Perfil de competencia laboral, Fotógrafo de medios y multimedia.

Elaborado por: Autor

5. CONCLUSIONES

Al término de la investigación se llegó a las siguientes conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados al inicio.

- Con el avance de la tecnología y la social media, el fotoperiodista presenta nuevos retos y oportunidades en su actividad profesional. Uno de los retos que enfrenta es el poder adaptarse e involucrarse en la utilización, que según el análisis en los fotoperiodistas locales se evidenció un nivel inferior de autopreparación para el uso de las plataformas digitales, siendo los fotoperiodistas nacionales en los que se reflejó una mayor cultura digital, siendo las redes sociales una herramienta permanente de trabajo. Otro de los retos a los cuales se enfrentan los profesionales de la fotografía de prensa, es el poder superar a los aficionados o ciudadanos comunes en la producción de contenidos, para que estos sean elegidos por encima de los anteriormente nombrados ante los consumidores de hechos noticiosos y de los encargados de los medios de comunicación.

En cambio, las oportunidades que trae consigo las redes sociales son significativas para el desarrollo de su actividad profesional, estas plataformas pueden servir para dar a conocer su trabajo y crear una percepción de este ante la gente, con la publicación de sus contenidos. Otra oportunidad que tienen los fotoperiodistas, es que pueden manejar nuevos espacios de comunicación, que los pueda convertir en profesionales multidisciplinarios.

Otra de las diferencias, figuran a los profesionales nacionales con más apertura al cambio e innovación. Es decir, a realizar nuevas actividades que ahora forman parte del entorno de los fotoperiodistas.

- Las redes sociales se han convertido en un canal de publicación de contenido inmediato, en las que se ha podido apreciar la circulación de material de sucesos. Estas plataformas han permitido que las personas puedan hacer una fotografía y publicarlas a través de internet, brindando la posibilidad de transformar el fotoperiodismo tradicional y expandir los trabajos fotoperiodísticos a nivel mundial en apenas segundos.

- Basado en los resultados de la investigación de campo, se puede determinar la situación actual en la que viven los fotoperiodistas tiene dos variantes, la primera en que los fotoperiodistas no solo realizan la fotografía en esta nueva era, sino que también se enfrentan a una polifuncionalidad, que se ve reflejada en el manejo de las redes sociales y las acciones que estas conllevan, como por ejemplo darle tratamiento, subir la fotografía a las redes sociales e incluso realizar otras actividades como grabar con los dispositivos móviles o hacer en directos a través de las plataformas digitales. Es decir, un trabajo más amplio al que realizaban anteriormente y de las cuales las empresas “justifican” su remuneración.

Por otro lado, está el enfrentarse a un nuevo competidor, el ciudadano común que con su teléfono móvil o su cámara genera contenidos que son utilizados en los diferentes medios de comunicación, reduciendo sus oportunidades laborales o su devaluación económica frente a otras ocupaciones de la comunicación. Incluso competir con *freelance*, en muchos de los casos no profesionales, que debido a su manera de trabajar, son contratados esporádicamente reduciendo el presupuesto a pagar por instituciones de comunicación.

6. RECOMENDACIONES

Finalmente se enlista las siguientes recomendaciones a tener en cuenta:

- Se recomienda a los fotoperiodistas locales y nacionales la utilización de plataformas digitales para la publicación de sus contenidos y así transformar el fotoperiodismo tradicional en una actividad aplicada a los estándares digitales de la actualidad.
- Se sugiere que las personas consumidoras de información a través de redes sociales, realicen un análisis de lo que quieren ver, para así crear una cultura visual que conlleve al respeto y ayude a aportar en la erradicación de contenido que afecte o burle la susceptibilidad y los derechos de la gente. Así como las personas que suben este tipo de material a analizar lo que se sube y si esto realmente aporta a la comunidad digital.

- A los medios de comunicación que utilizan contenidos realizados por ciudadanos comunes puedan definir los parámetros para considerar a estas imágenes como realmente utilizables para sustentar una información.
- Se aconseja a los fotoperiodistas adaptarse a las nuevas tendencias y desarrollar una polifuncionalidad en sus labores, para ser competitivo y evolucionar en su puesto de trabajo, que permita el interés de los medios de comunicación en su labor, para que su trabajo no se vea afectado frente a otros desarrolladores de contenido fotográfico.
- Se recomienda a los fotoperiodistas locales tener una mayor autopreparación en las herramientas digitales y sociales, puesto que a nivel nacional los fotoperiodistas están capacitados para enfrentar los nuevos espacios que brinda la tecnología para la realización de la comunicación gráfica. Tratar de ser multidisciplinarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, J. (2015). Riesgos y oportunidades de la imagen en la era digital. *Revista Razón y palabra*, 1-12. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%204/JoseArturoAvila.pdf>.
- Barrazaeta Molina, P., & Bellón Rodríguez, A. (2017). La imagen constante. Los retos de un fotoperiodista integral. *REVISTA RAZÓN Y PALABRA*, 674-687.
- Benedito Martínez, Á. (2016). FOTOPERIODISMO EN REDES SOCIALES: TENDENCIAS, USOS Y FUNCIONES. *UNIVERSITAT JAUME*.
- Cortez Mego, L. K. (8 de Mayo de 2014). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/leylacortezmego/fotoperiodismo-34422188>
- Del Campo Cañizares, E., & Spinelli, C.L. (2017). Fotoperiodismo contemporáneo, entre el documento y el arte. The Aftermath Project. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº13. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 25-49. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.3>.
- Domenech Fabregat, H. (2014). Tratamiento del fotoperiodismo en las historias de referencia de la fotografía. *Revista de Comunicación*, 38-59.
- De Oliveira González, S. M., & Vera, H. N. (12 de Septiembre de 2017). *Universidad de La Laguna*. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6951/Fotoperiodismo%20la%20importancia%20de%20la%20comunicacion%20visual.pdf;jsessionid=370F019CF8587E8815371931B1CC43B1?sequence=1>
- Espejo, B. (11 de Diciembre de 2015). *Antes la fotografía era escritura. Hoy es lenguaje*. Obtenido de El Cultural: <https://elcultural.com/Joan-Fontcuberta-Antes-la-fotografia-era-escritura-Hoy->

es-lenguaje

- Ferré Panisello, Teresa. (2018). El fotoperiodista como mito: Robert Capa y Agustí Centelles ante la guerra civil española. *Comunicación y sociedad*, (33), 249-266. <https://dx.doi.org/10.32870/cys.v0i33.6913>
- Guerrero García , V. (2016). El panorama actual de la profesión del fotoperiodista en el entorno 2.0. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 67-81.
- Lavín de las Heras, E. & RömerPieretti, M. (2015). “Fotoperiodismo con el móvil: ¿el fin o reinención de los fotógrafos de prensa?”. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 11, pp. 189-214. Disponible: <http://www.revistafotocinema.com/>.
- La Prensa. (30 de Octubre de 2019). *La Prensa*. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2019/10/30/espectaculo/2605636-chile-desperto-como-tomo-la-actriz-susana-hidalgo-la-imagen-mas-iconica-de-las-protestas>
- López-del-Ramo, Joaquín B.. (2017). Formatos novedosos del fotoperiodismo digital. Propuesta analítica basada en indicadores estructurales, formales y funcionales. *Investigación bibliotecológica*, 31(73), 63-89. <https://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2017.73.57847>
- Molano, M. M., & Tagarro, A. (2019). La mirada hipermétrope: el fotoperiodismo en la era de las redes sociales. *REVISTA CIENTÍFICA DE CINE Y FOTOGRAFÍA*, 175-188.
- Monje Maragaño, M. A. (11 de Agosto de 2017). *Tiempo Real*. Obtenido de PERIODISMO UDEC: <http://www.periodismoudec.cl/tiemporeal/2017/08/11/rol-social-la-fotografia-l-a-las-redes-sociales/>
- Nahón, A. (2018). El fotoperiodismo como testimonio y memoria del movimiento popular en Nochixtlán, Oaxaca, 2016. *Revista Interdisciplinaria de Estudios*

sobre Memoria, 110-125. Obtenido de
file:///C:/Users/Blue/Downloads/12604-45454575767376-1-PB%20(3).pdf

Parras Parras, A., & Cela, J. (2016). REFLEXIONES EN TORNO A LA FOTOGRAFÍA INFORMATIVA: DEL PAPEL DEL EDITOR GRÁFICO Y LA FOTO ICONO A LA ERA DIGITAL. *REVISTA COMMONS*, 5-37.

Porciúncula, Pablo, & Varela, Florencia. (2016). Estética de cercanía: un lazo entre el fotoperiodismo y la representación de la realidad. *Dixit*, 25(2), 16-27. Recuperado en 11 de febrero de 2020, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000200002&lng=es&tlng=es.

Quiroz Pacheco, Y. R. (2018). Uso de las aplicaciones del Smartphone en el fotoperiodismo. *Revista de Cultura*, 55-76.

Salas, Xavier Motilla, & Gómez, Sara González. (2018). INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA CON FOTOGRAFÍAS: FONDOS FOTOGRÁFICOS DE INTERÉS HISTÓRICO-EDUCATIVO EN REVISTAS ILUSTRADAS (MALLORCA, ESPAÑA, 1902-1936). *História da Educação*, 22(56), 38-56. <https://dx.doi.org/10.1590/2236-3459/79878>

Sánchez-Teruel, D. & Robles-Bello, M. A. (2016). Riesgos y potencialidades de la era digital para la infancia y la adolescencia. *Revista Educación y Humanismo*, 18(31), 186-204. <http://dx.doi.org/10.17081/eduhum.18.31.1374> .

Troncoso, C., & Amaya, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 329-332.

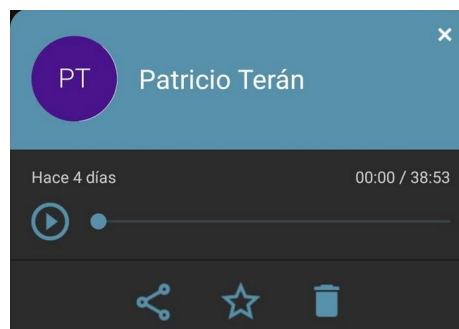
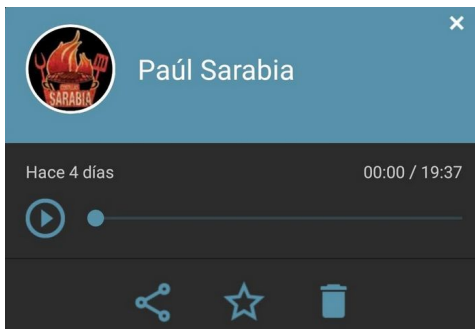
Villaseñor, E. (Enero de 2015). Los géneros en el fotoperiodismo. *Reflexiones teóricas, propuestas pedagógicas y reseña histórica*, 1-39. Obtenido de <http://www.fotoperiodismo.org/fotografiadocumental.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a Franco Palacios - Diario Correo



Anexo 2: Entrevista por medio de llamadas a fotoperiodistas Locales y Nacionales



Entrevistas a Periodistas Locales (Anexo 3)

PAUL SARABIA - DIARIO OPINIÓN

1. ¿Qué experiencias o anécdotas puede comentarnos sobre el tener que adaptarse a la era digital y las redes sociales?

Yo me inicié en la fotografía cuando era a blanco y negro, antes se procesaba la película donde se imprimía la foto en el cuarto oscuro. yo la fotografía la he aprendido viendo, observando revistas internacionales. Referente a las redes sociales, yo las manejo en un nivel medio, todos debemos adaptarnos a la tecnología pero aún hay cosas por entender. Incluso ahora hasta pasar las fotos por el celular ha cambiado, en estos tiempos podemos pasarnos las fotos de la cámara al celular a través de aplicaciones, que son conectadas por medio de wifi. Como experiencia hay que seguir adaptándose a los avances de la tecnología, yo por ejemplo manejo la cuenta de Instagram del diario. Debemos estar preparados, porque si no lo hacemos, no sabemos qué vendrá después.

2. ¿Cuál es su punto de vista sobre las fotografías que son publicadas en las redes sociales por personas naturales, ejerciendo periodismo ciudadano?

Hay buenas fotografías que hace la gente, que las realiza con el celular. Lo malo es que estos contenidos suelen presentar baja calidad en su resolución, cuando se trata de adaptarlos a los formatos que necesita el diario para su publicación, ya que se distorsiona cuando se las hace más grande. Pero en algunos casos vemos fotografías captadas por dispositivos móviles, siempre y cuando se aprecia que tiene buena resolución las cuales pueden servir y a la vez ser útil, porque nosotros los fotógrafos no podemos estar en diferentes lugares al mismo tiempo.

3. ¿Qué retos y oportunidades cree usted que el fotoperiodismo enfrente ahora con las redes sociales y la sociedad digital?

Se deben adaptar a las redes sociales, sino esta profesión quedará en el pasado. Por lo tanto debemos autocapacitarnos y aprender sobre el uso de estas plataformas digitales, los medios también innovan y nosotros tenemos que estar a la par.

4. Su recomendación para los fotoperiodistas tradicionales, que en varios de los casos se rehúsan a evolucionar o se les hace complicado la utilización de estas plataformas.

Imagen nítida, bien centrada y el objetivo de la fotografía, que demuestre lo principal de la

noticia. en algunos casos el ciudadano capta una imagen y como ve que esta bien, esta es subida en redes sociales, pero nosotros los profesionales en fotografía al momento de realizar nuestro trabajo sabemos captar alrededor de 10 gráficas para luego analizarlas y escoger la mejor.

5. ¿Cuál fue su experiencia en las paralizaciones suscitada en el país en octubre del 2019... ya que aquí muchas personas compartían material fotográfico y que en mucho de los casos fue utilizado por medios de comunicación?

Yo trataba siempre de hacer una fotografía de acción la cual sea útil para el medio. Acá varias personas salieron a las manifestaciones y captaron buenas fotografías y algunos medios digitales las usaron como material instantáneo pero en mi caso yo estaba realizando mi trabajo para el diario.

FRANCO PALACIOS - DIARIO CORREO

1. ¿Qué experiencias o anécdotas puede comentarnos sobre el tener que adaptarse a la era digital y las redes sociales?

Tenía conocimiento cuando se manejaba con cámara de rollo, realice fotografías turísticas, la importancia del fotoperiodista es que tiene una responsabilidad y con el tiempo la fotografía ha ido cambiando con las nuevas tecnologías y en base de eso uno ha tenido que esforzarse para estar al día y saber que la fotografía no es tan fácil como lo pintan, es decir hay que saber cómo captar la foto que transmita el mensaje correcto.

2. ¿Cuál es su punto de vista sobre las fotografías que son publicadas en las redes sociales por personas naturales, ejerciendo periodismo ciudadano?

En las redes sociales hay una invasión de personas que no ejercen el papel de periodistas y muchas personas captan esa imagen para utilizarlas de manera diferente y no llega a la fuente y es subida a plataformas con criterios adversos, esto ha tenido consecuencias positivas y negativas porque las personas pueden captar el momento pero no tienen la información necesaria de lo ocurrido por esto se suelen dar algunas versiones en el mayor de los casos, ahora con la nueva tecnología que ingresa la información en las redes hay muchos cambios, cuando uno trabaja en un medio de comunicación debe trabajar con ética para poder entregar una información de calidad.

3. ¿Con la experiencia cómo puede definir los requisitos que debe tener una persona que hace fotografía considerarse fotoperiodista y sobre todo estar en este mundo de las redes como profesional?

Para considerarse un buen fotógrafo se debe tener experiencia y debe trabajar con bastante humildad, estar seguro y con ética el esfuerzo y sacrificio que los llevará a ser un fotógrafo de calidad. El fotoperiodista evita tener conflictos con las demás personas y con el medio, se debe tener cautelo, mucho cuidado y obtener buenas imágenes.

4. ¿Qué retos y oportunidades cree usted que el fotoperiodismo enfrenta ahora con las redes sociales y la sociedad digital?

Con el pasar del tiempo la tecnología va avanzando y uno tiene la obligación de ponerse al día, por eso yo digo que el fotógrafo debe ser curioso en lo que se presenta en el día a día.

5. Su recomendación para los fotoperiodistas tradicionales, que en varios de los

casos se rehúsan a evolucionar o se les hace complicado la utilización de estas plataformas.

Las personas que utilizan las cámaras profesionales deben tener mucho cuidado conforme a la ley de comunicación la persona es perjudicada con la demanda, las personas deben tomar fotografías con cuidado y mucha responsabilidad.

ENTREVISTA A PERIODISTAS NACIONALES (Anexo 4)

DIEGO PALLERO - DIARIO EL COMERCIO

1. **¿Qué experiencias o anécdotas puede comentarnos sobre el tener que adaptarse a la era digital y las redes sociales?**

Cuando había entrado se manejaba la fotografía analógica. Tuvo dos años y después cambiaron todo a lo digital, que básicamente para los fotógrafos no fue difícil adaptarse a la era digital, el manejo de la cámara es el mismo lo único que cambia es el sensor por la película, en lo que respecta a inmediatez todo es más rápido porque la exigencia del mundo digital hace que los periódicos se adapten a esa evolución, y este tema siempre es de competencia o lucha donde la información de primera mano está enseguida para ser subida a las redes y portales. Los fotógrafos tuvieron que adaptarse a los nuevos sistemas de transmisión de fotos, cuando tienen alguna cobertura se nos hace más fácil enviarlas directamente a plataformas del diario como Twitter y Facebook, estos sistemas siempre están una constante evolución y nosotros los fotoperiodistas debemos buscar la manera de adaptarnos a las nuevas tecnologías, lo que la información requiere.

2. **¿Cuál es su punto de vista sobre las fotografías que son publicadas en las redes sociales por personas naturales, ejerciendo periodismo ciudadano?**

Es cuestión de educación de la audiencia, porque no podemos irnos contra la corriente de que la gente no publique cosas que a primera mano ve o realiza videos que pase en las calles sin dar juicio de valor de inicio, la gente que no trabaja en los medios puede publicar lo que ellos deseen, pero también depende de quien ve estas fotografías es decir si es subida por un persona que no es periodista se tiene que contrastar esa noticia o indagar más sobre el tema o en tal caso buscar un medio que si certifique con veracidad todo lo que se está publicando, pero obviamente si está laborando en un medio debe regirse a las normas. Cada periodista debe ser investigativo y de lo mismo contrastar la noticia.

3. **¿Qué retos y oportunidades cree usted que el fotoperiodismo enfrenta ahora con las redes sociales y la sociedad digital?**

El fotoperiodismo está tomando un nuevo rumbo y los periodistas deben de realizar sus propias fotos y videos, el fotoperiodista ya no se queda en solo tomar una foto si no que busca contar una historia con las tomas, lo mas importante es buscar cosas nuevas de enfoque

del fotógrafo y de ahí viene lo multimedia, es decir complementar trabajo con videos.

4. ¿Cuál fue su experiencia en las paralizaciones suscitada en el país en octubre del 2019... ya que aquí muchas personas compartían material fotográfico y que en mucho de los casos fue utilizado por medios de comunicación?

Creo que mi experiencia como la de los demás fotoperiodistas que trabajan en medios fueron que las condiciones para cubrir eran adversas pero sin embargo algunas cosas no se cubrieron, pero a mi parecer pienso que la gente en redes debe controlarse un poco, porque a veces publica cualquier cosa, sin fuente, lo que generaba pánico, no se debe creer en la primera información que se tenga, sino más bien, la gente debe investigar más porque suelen haber noticias falsas y la mejor opción es acudir a fuentes confiables.

5. Su recomendación para los fotoperiodistas tradicionales, que en varios de los casos se rehúsan a evolucionar o se les hace complicado la utilización de estas plataformas

El fotoperiodismo no va a desaparecer como muchos piensan, los periodistas deben poder consumir fotografías que en realidad cuente su historia porque hoy en día la tecnología avanza demasiado rápido.

PATRICIO TERÁN - EL COMERCIO

1. ¿Qué experiencias o anécdotas puede comentarnos sobre el tener que adaptarse a la era digital y las redes sociales?

Yo lo llamo tener una ventaja el haber vivido el proceso de lo análogo a lo digital fue genial, la fotografía fue un proceso revolucionario básicamente por la inmediatez, muy positivo, antes con lo análogo debían llevarlo a un laboratorio químico para escanear y era todo un proceso, ahora con lo digital eso se eliminó y todo fue una cuestión de rapidez, para el trabajo en los diarios fue un ahorro de tiempo y de recursos. El fotoperiodismo en el ámbito de redes sociales tiene dos vertientes tanto positiva y negativa. Positivo ya que todo el mundo tiene acceso a información en redes sociales y observar de los temas que quieran. Lo negativo es que esa información a veces no es verificada.

2. ¿Con la experiencia cómo puede definir los requisitos que debe tener una persona que hace fotografía considerarse fotoperiodista y sobre todo estar en este mundo de las redes como profesional?

Todas las personas tienen derecho a la libre expresión pero si se esta posteando algún hecho de cualquier trascendencia se debe ser cuidadoso con lo que se publica ni imparcial la fuente, como ciudadano se puede publicar cualquier cosa pero ya depende de la gente si creo o no. el problema con la inmediatez de las redes sociales es ver que información sirve y cual no. Las cosas deben ser publicadas de una manera ética para que no exista información falsa y nadie se pone a difundirla sin tener una fuente verídica.

3. ¿Qué retos y oportunidades cree usted que el fotoperiodismo enfrente ahora con las redes sociales y la sociedad digital?

Con la tecnología uno puede mostrar el trabajo, expandir los horizontes con las redes sociales, pero si trabaja en un medio primero lo publica en el medio y después es subido a medios sociales del fotoperiodista, siempre se debe ver buenas fotografías de fotógrafos famosos para uno irse educando. Ahora todo el mundo es fotógrafo.

4. ¿Cuál fue su experiencia en las paralizaciones suscitada en el país en octubre del 2019... ya que aquí muchas personas compartían material fotográfico y que en mucho de los casos fue utilizado por medios de comunicación?

Tuvo un tinte muy especial porque los grupos sociales ósea los indígenas tuvieron su generador de información. había radios populares y gente que transmitían en vivo desde su punto de vista, se juntaron cuestiones políticas, medios alternativos que sacaron su

información. La cobertura fue muy dura, hubo mucha violencia de parte del estado, de las personas que estaban resguardando y violencia de los manifestantes, la protesta en vez que sea justa se convirtió en un campo de batalla. Marcó un antes y un después en toda la cobertura mediática.

5. Su recomendación para los fotoperiodistas tradicionales, que en varios de los casos se rehúsan a evolucionar o se les hace complicado la utilización de estas plataformas

Realizar nuestro trabajo con toda la ética, hay que recalcar que ahora las redes sociales han sido una herramienta de mejoramiento para todo el fotoperiodismo por decir en mi caso al momento de tener información primero es compartida por el medio al que trabajo y luego es compartida en mis redes sociales, lo más positivo y recomendable es que se debe realizar trabajos de calidad y adaptarse a las nuevas tecnologías que son de gran aporte porque agiliza la rapidez y facilidad de trasmisión.

FREDDY MACAS - CORRESPONSAL DIARIO UNIVERSO

1. ¿Qué experiencias o anécdotas puede comentarnos sobre el tener que adaptarse a la era digital y las redes sociales?

La inmediatez hace que la información fluya rápido para que los medios puedan utilizar recursos fotográficos, un registro fotográfico hace 15 años se tenía que graficar y ese material fotográfico se tenía que procesar, pero para la edición impresa, el cambio ahora es un trabajo distinto por medio de las redes sociales. Estos cambios han sido positivos porque dan a contar más cosas a la gente por medio de la fotografía.

2. ¿Cuál es su punto de vista sobre las fotografías que son publicadas en las redes sociales por personas naturales, ejerciendo periodismo ciudadano?

La sociedad tiene un desafío, porque las personas tienen acceso a un celular para realizar un registro fotográfico y publicar en sus cuentas personales y en muchas ocasiones las fotos pueden servir para una fuente, pero el periodista no se debe confiar en eso ya que es un riesgo porque la persona que no tenga un buen manejo del registro fotográfico y el contenido del material noticiosos se expone a muchos problemas.

3. ¿Qué retos y oportunidades cree usted que el fotoperiodismo enfrenta ahora con las redes sociales y la sociedad digital?

Deben tener más de precaución, preparación un reto importante conocer el entorno, a su gente a las personas que tienen responsabilidad de ser las voces oficiales y tener cuidado de manejar información de algunas personas ya que la Ley Orgánica de Comunicación sanciona. Prepararse para ofrecer un registro de calidad fotográfico, un periodista debe ser completo escribir su nota, realizar su propio video y fotografía.

4. ¿Cuál fue su experiencia en las paralizaciones suscitada en el país en octubre del 2019... ya que aquí muchas personas compartían material fotográfico y que en mucho de los casos fue utilizado por medios de comunicación?

Para muchos fue una escuela de aprendizaje, algunos medios digitales compartían información falsa, incluso las instituciones tenían que estar compartiendo que esa información no era veraz.

5. Su recomendación para los fotoperiodistas tradicionales, que en varios de los casos se rehúsan a evolucionar o se les hace complicado la utilización de estas plataformas

Tomar en serio el trabajo y tener en cuenta que los medios requieren de un fotógrafo pero que

debe estar a la altura para registrar hechos periodísticos. Preparación constante y la oportunidad de darse un tiempo de leer y adquirir información.