



**Universidad
de Holguín**

FACULTAD DE
COMUNICACIÓN Y LETRAS

DPTO. PERIODISMO Y COMUNICACIÓN
SOCIAL

EL FOTORREPORTAJE EN EL SITIO WWW.ALDIA.CU

TESIS PRESENTADA EN OPCIÓN
AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO

Autor: Eduardo Antonio Aballe Osorio

Tutor (a): M. Sc. Claudia Mara Cruz Escalona
Consultante: M.Sc. Yanelis Martínez González

Holguín 2020



DEDICATORIA

**A mi abuela donde quiera que esté,
a la Virgen de la Caridad del Cobre, las dos siempre conmigo...**

AGRADECIMIENTOS

He escrito en la memoria estas líneas desde hace algún tiempo, llegó la hora de plasmarlas en papel...

-A **Mami** por ser la mejor madre del mundo, por estar siempre ahí, las letras no alcanzan para decirte cuanto te amo, GRACIAS, esta tesis es más tuya que mía.

-A tía **Rita**, que es mi otra madre, sin tu ayuda y esfuerzo yo no fuera quien soy hoy, la vida no te dio hijos, pero te dio un sobrino que se muere junto a ti.

-A **Papi**, por la vida, por el apoyo, por enseñarme en la honradez y a superarme cada día más como una persona mejor

-A mi **Gata Blanca** que, aunque está lejos, es el amor de mi vida, mi sol, mi todo, sin tu cariño me sentiría prisionero de la vida.

-A mi **Hermano**, mi mano derecha y mejor amigo, ya tu sabes nueva y que crujan...

-A mis **Abuelos**, los tres que me quedan, por darme todos los gustos

-A mis hermanas de la "Universidad", **Grettel, Susana, Anita y Yuli**, el mejor regalo que me llevo de esta etapa fue haberlas conocido, me doy en el pecho, el único gallo del corral. Especialmente para **Grettel** y **Susana** que me ayudaron cuando más lo necesité...

-A mi tutora **Claudia Mara** por la paciencia y el apoyo incondicional en la tesis a toda costa...Gracias

-A **Yanelis** por ser una buena amiga y excelente consultante a pesar de que estábamos a 7000 km de distancia.

-A **Fabio** por las consultas a última hora, Gracias Brother

-A **Guille** y a la **Niña** porque me adoptaron como a un hijo más, por el ánimo en estos últimos momentos...

-A los viejos amigos del barrio y de la Orden 18, **Carlos Elías** y **Enelido**, abran paso que llegaron "**los Pinillos**"

- A los nuevos **Eddy CT** y el **Yosba** por los momentos compartidos

-A mis primos Yaima, Yoima, Aliday, Leo y Thalía por los buenos momentos que hemos pasado, los viajes a la playa.....

-A mis tíos **Pepe, María, Milaidys y Enrique** por estar siempre presentes

-A **Anabel**, por el empeño y la dedicación para con todos nosotros

-A **Anido, Petra, Bertica y Mariluz**, por sus enseñanzas y por ser excelentes profesores.

En fin, a la vida.....

RESUMEN

La introducción del fotorreportaje en el ciberespacio, propicia importantes beneficios al periodismo hipermedia. Por ende, su empleo ineficiente en la web deviene en el desaprovechamiento de sus potencialidades informativas y estéticas como modalidad periodística.

La presente investigación, enfocada desde una perspectiva cualitativa, analiza el género fotorreportaje en el sitio web www.aldia.cu con el objetivo de favorecer su producción, a partir de una serie de fotorreportajes que cumplan con las diferentes pautas formales y de contenido que caracterizan el género en cuestión.

Indaga además en el acercamiento al mundo del fotoperiodismo, y específicamente al fotorreportaje en Internet, una aproximación en la que se emplean diferentes métodos empíricos como el análisis de contenido, la observación, y la entrevista a informantes claves y en profundidad para conocer el comportamiento del fotorreportaje, como uno de los géneros fotoperiodísticos presentes en la página www.aldia.cu.

Palabras Claves: Fotografía de prensa, Fotoperiodismo, Fotorreportaje, Internet, Fotografía digital

ABSTRACT

The introduction of photographic news report in cyberspace, provides important benefits to hypermedia journalism. Therefore, its inefficient use on the web becomes the waste of its informative and aesthetic potential as a journalistic modality.

This research, focused from a qualitative perspective, analyzes the photo-report genre on the website www.aldia.cu with the aim of promoting its production, based on a series of photo-reports that comply with the different formal and content guidelines that characterize the genre in question.

It also approaches to photojournalism world, and specifically photojournalism on the Internet, an approach in which different empirical methods such as content analysis, observation, and interviews with informants are used to understand the utilization of the photographic news report, as one of the photojournalistic genres present on the website www.aldia.cu.

Keywords: Press photography, Photojournalism, Photography News Report, Internet, Digital photography

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DEL FOTORREPORTAJE WEB	8
1.1 Antecedentes históricos y referentes teórico-metodológicos de la fotografía de prensa	8
1.1.1 Fotografía de prensa en Cuba.....	12
1.2. Fotografía de prensa digital	15
1.3. Fotorreportaje web	24
CAPÍTULO II. FOTORREPORTAJE PARA EL SITIO WEB WWW.ALDIA.CU	33
2.1 Experiencias en la elaboración de fotorreportajes web: www.nytimes.com , www.cubadebate.cu y www.ahora.cu	33
2.2. Diagnóstico del sitio web www.aldia.cu	38
2.2.1 El fotorreportaje en www.aldia.cu	43
2.3 Propuesta de una serie de fotorreportajes para el sitio web www.aldia.cu	53
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

A fines del siglo XV y principios del XVI Leonardo Da Vinci creó una máquina capaz de registrar la realidad. La máquina oscura constituyó base importante para el posterior surgimiento de la fotografía. Tres siglos más tarde, favorecido por las innovaciones tecnológicas de la revolución industrial, nace el primer procedimiento fotográfico de la mano del francés Joseph-Nicephore Niepce.

La evolución y perfeccionamiento de la sociedad propició que los dispositivos fotográficos avanzaran tecnológicamente. Se inició así un proceso evolutivo que dio origen al carrete de película fotográfica, la fotografía en color, el flash electrónico, la fotografía instantánea y su posibilidad de ser archivada en dispositivos electrónicos, convirtiéndose en una de las actividades más comunes y universales a nivel mundial.

Si bien en sus inicios la idea fotográfica se sostenía en el mero hecho de plasmar y guardar un recuerdo personal o familiar, con el tiempo se transformó además en una herramienta indispensable para el desarrollo de la humanidad. Su uso se estableció en casi todas las esferas sociales, haciéndose imprescindible para algunas profesiones; tal es el caso del periodismo.

La fotografía de prensa adquirió un papel fundamental dentro del periodismo, destacando la factibilidad del producto comunicativo y logrando una mayor cercanía y empatía con el público. La fotografía se volvió tan importante como la noticia en sí, sus elementos formales y de contenido lograron convertirse en nuevos datos para el consumidor. Para Pantoja (2013), el formato fotográfico logró potenciar y proyectar sus cualidades en cuanto al carácter testimonial, informativo y discursivo originando la consolidación de prácticas como el fotoperiodismo (en Medina, 2014)

El nacimiento de la era digital y de la Internet ofreció numerosos aportes al quehacer fotoperiodístico. La web 2.0 dotó de innumerables oportunidades a los fotógrafos y camarógrafos de los medios tradicionales. De esta forma, se inicia un nuevo período condicionado por la adaptación del fotoperiodismo a la nueva tecnología electrónica y digital para la comunicación de imágenes informativas.

Según Medina (2014), los hipermedios y las imágenes fotográficas se han consolidado como uno de los recursos multimedia más empleados. La variedad de las fuentes productoras, sus características formales y funcionales, así como la hibridación con otras sustancias expresivas como las palabras, el sonido o el video han influido en su rápida adaptación y evolución en el entorno online

En el mundo web el fotoperiodismo tiene dos funciones. Una de ellas es la de complemento, que facilita la multimedialidad del producto hipermedia, y por otro lado la responsabilidad de ser modalidad periodística por sí mismo; en este caso, con funciones claras y específicas.

Santos (2008) especifica que los géneros con propósitos informativos son la fotonoticia y los fotorreportajes cortos. En ellos debe predominar la exposición, la descripción y la narración. Sin embargo, los que cumplen el propósito de la opinión deben presentar un discurso narrativo y caracterizado por el criterio abiertamente interpretativo asumido por el fotoperiodista, donde sobresale el género ensayo fotoperiodístico. El autor destaca también la presencia de dos géneros híbridos: entre ellos el retrato y la columna fotoperiodística.

De igual manera que el reportaje es el género estrella en el periodismo impreso, Castellanos (2003) expone que el fotorreportaje se ha convertido en el género superior del fotoperiodismo. Este usa los preceptos periodísticos básicos desprendidos de las clásicas preguntas qué, quién, cómo, cuándo y dónde para construir los sucesos acontecidos, y comparte con la palabra una poderosa fuerza expresiva del contexto.

Precisamente por ello, varios autores consideran al fotorreportaje como uno de los géneros más exigentes dentro del mundo fotográfico. Su inserción en la web ha aportado a los medios *online* una magnífica hibridación entre la creatividad del autor y los valores noticia, al abordar una historia de interés general que se cuenta en varias imágenes complementarias.

Sin embargo, y a pesar de la existencia de varios géneros dentro de la fotografía de prensa web, los más utilizados son aquellos que responden al propósito informativo. Muchas veces, debido a la escasez de recursos de producción en los medios de comunicación y las convulsas rutinas productivas de los sitios web, el fotoperiodismo y

en especial el fotorreportaje se ven afectados. La fotonoticia y el fotorreportaje corto – de menor complejidad estructural y narrativa - constituyen los géneros de mayor presencia en los medios digitales, en detrimento de otros con características formales más complejas. No siempre se les ofrece la atención requerida a los trabajos y, en consecuencia, no se logra una eficiente comunicación de los contenidos periodísticos para los medios digitales.

Una revisión bibliográfica preliminar a medios digitales, libros, revistas y sitios web relacionados con la fotografía de prensa en el panorama internacional; señaló que existe escasa bibliografía que aborda el fotorreportaje como género. Por su aportes teóricos-metodológicos al presente estudio se escogieron como referentes: *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital* de Doménech (2005) y *Exploración de nuevos territorios digitales para el fotoperiodismo. Retos y oportunidades en el ecosistema 2.0 de los autores* Doménech y López (2013).

Estas investigaciones ofrecen una panorámica histórica sobre la evolución de la fotografía hasta su inserción en los medios digitales, por lo cual otorgó al presente estudio un acercamiento al fenómeno objeto de estudio.

Del contexto nacional se pueden citar las investigaciones: *Fotogramas para la construcción del mensaje fotoperiodístico*, de Santos (2008); *Del cuarto oscuro al píxel. Acercamiento a los rasgos que tipifican el uso de las imágenes fotográficas en Washington Post*, de Medina (2014) y *Cuestión de tiempo. Tratamiento al Adulto Mayor desde la fotografía y los géneros periodísticos que legitiman el mensaje*, de Sánchez (2016).

Las investigaciones mencionadas aportaron para el presente estudio conceptos relacionados con la fotografía, la fotografía de prensa digital, rasgos fundamentales del género fotorreportaje, así como diferentes aspectos relacionados con el fotorreportaje para la web.

En cuanto a los trabajos de diploma realizados en la Universidad de Holguín fueron escogidos: *La fotografía de prensa en el semanario ¡ahora!*, de la autora Santiesteban (2011); *La fotografía de prensa y su empleo en el sitio www.ahora.cu*, de

Álvarez (2013); *La fotografía documental periodística para la comunicación social*, de Betancourt (2013) y *El Fotorreportaje en el sitio www.ahora.cu*, de Sainz (2015).

Dichas investigaciones se encuentran relacionadas con los objetivos de este autor, por lo cual constituyen importante material de consulta teórica. Aunque existen puntos en común con estas investigaciones, como en el campo y en el objeto, en la presente se hace un estudio de las diferentes herramientas y potencialidades de Internet para la realización y publicación de fotorreportajes web.

Se realizó un análisis a los estudios antes expuestos, y a tres de los mejores medios de prensa digitales a nivel internacional, nacional y local, fieles exponentes de la fotografía de prensa digital y en especial del género fotorreportaje, tales como www.nyt.com , www.cubadebate.cu y www.ahora.cu. En este primer análisis referencial se pudo constatar que, en la mayoría de los medios de prensa nacionales y locales, existen limitaciones en el empleo de la fotografía y que se suele confundir el género fotorreportaje con la publicación de varias fotografías en las secciones de galerías de fotos.

También se pudo apreciar deficiencias en las prácticas profesionales de periodistas, editores web y fotorreporteros. Dichas problemáticas se deben a diversos factores, como la falta de recursos materiales y tecnológicos, la desprofesionalización de los fotorreporteros y la apreciación desacertada de algunos directivos y funcionarios de ciertos medios que califican el ejercicio de la fotografía como actividad técnica simple.

Un acercamiento preliminar al sitio web www.aldia.cu, perteneciente al telecentro provincial Telecristal de la provincia de Holguín, determinó que, el uso del género fotorreportaje por parte de los periodistas del medio es escaso, y cuando se realiza no cumple con las características formales y de contenido que deben poseer para su inserción en el ambiente web. En este medio digital, el género presenta dificultades por la escasa producción, poca variedad temática y deficiente utilización de los recursos del medio digital. Se evidencian vacíos cognitivos en la concepción del fotorreportaje, así como falta de personal especializado en fotoperiodismo. Luego de un análisis a todos los estudios antes expuestos, en especial a los contextualizados

en territorio nacional, se puede afirmar que en los medios de prensa cubanos existen limitaciones en el empleo de la fotografía, así como deficiencias en las prácticas profesionales de fotorreporteros.

Debido a estos motivos, se considera oportuno aportar al sitio web de Telecristal una serie de fotorreportajes de temática variada, que cumplan con los elementos necesarios para su publicación en entornos *online*, con la finalidad de favorecer la producción de este tipo de producto comunicativo y contribuir al adecuado empleo del género fotoperiodístico en el medio.

La situación descrita, posibilita el planteamiento del siguiente **problema científico**:
¿Cómo elaborar una serie de fotorreportajes para el sitio www.aldia.cu?

Por consiguiente, el **objeto de estudio** se enmarca en: la fotografía de prensa digital y el **campo de investigación** en: el fotorreportaje web.

Constituye **objetivo general** de esta investigación: la elaboración de una serie de fotorreportajes para el sitio www.aldia.cu.

Para ello se formularon las siguientes **preguntas científicas**:

1. ¿Cuáles son los antecedentes históricos de la fotografía de prensa y su evolución en la era digital?
2. ¿Qué referentes teórico-metodológicos sustentan la fotografía de prensa digital con énfasis en el fotorreportaje web?
3. ¿Qué características formales y de contenido presenta la fotografía de prensa y en específico el género fotorreportaje en el sitio www.aldia.cu?
4. ¿Cómo elaborar una serie de fotorreportajes para el sitio www.aldia.cu?

De estas preguntas se derivan las siguientes **tareas científicas**:

- Sistematizar los antecedentes históricos de la fotografía de prensa y su evolución en la era digital.
- Analizar los referentes teórico-metodológicos que sustentan la fotografía de prensa digital con énfasis en el fotorreportaje web.
- Caracterizar el empleo del fotorreportaje desde el punto de vista formal y de contenido en el sitio www.aldia.cu

- Elaborar una serie de fotorreportajes que aborden temáticas variadas para el sitio web www.aldia.cu

Métodos Teóricos:

Histórico-Lógico: Posibilitó la aproximación a los aspectos relacionados con la evolución de la fotografía periodística en la prensa mundial y cubana, así como los retos asumidos al insertarse dentro de la web.

Análisis-Síntesis: Permitió ofrecer respuesta al problema científico y propició un mejor análisis. Fue empleado en el estudio de la fotografía de prensa como concepto genérico y en el diagnóstico de la edición informativa en internet del sitio www.aldia.cu.

Inducción-Deducción: Para analizar el aspecto epistemológico y el comportamiento teórico y pragmático, así como el análisis del medio de prensa seleccionado.

Métodos Empíricos

Revisión bibliográfica documental: Permitió establecer un enfoque eficaz de las cuestiones teóricas requeridas por la investigación mediante la consulta de libros, fotografía, publicaciones periódicas y documentos referentes al objeto y campo de estudio.

Observación científica: Favoreció la apreciación de las rutinas productivas del medio y la percepción directa de los objetos y fenómenos relacionados con el fotorreportaje en el sitio www.aldia.cu, además constituye un apéndice fundamental a la hora de predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos relacionados con el género fotoperiodístico. En la etapa inicial de la investigación se utiliza para descifrar y argumentar mayores peculiaridades del problema a investigar.

Análisis de contenido: Este método, indispensable para el diagnóstico del medio en cuestión, consiguió probar la eficacia o ineficiencia del empleo del fotorreportaje en el sitio www.aldia.cu a partir de categorías y subcategorías propuestas por el investigador.

Entrevista a informantes claves: Se aplicó para conocer los criterios de periodistas que colaboran con el sitio y sus web masters, sobre el empleo de la fotografía de prensa en el medio analizado.

Entrevista en Profundidad: Dirigida a fotorreporteros y directivos con la intención de ahondar en cuestiones que caracterizan este campo de producción periodística. Este método también ofreció la posibilidad de extraer respuestas más agudas y comprensivas sobre el objeto y campo de estudio.

Estadística Descriptiva: Se utilizó a la hora del procesamiento de los datos obtenidos mediante la aplicación de métodos como el análisis de contenido. Los resultados de esta minería de datos son presentados a través de tablas y gráficos.

La presente es una investigación cualitativa de carácter descriptivo orientada a la producción, propone como aporte práctico una serie de fotorreportajes que abordan temáticas locales, donde se pretendió aplicar adecuadamente los elementos formales y de contenido que caracterizan este género.

El informe de investigación se encuentra estructurado según las normas establecidas para este tipo de documento científico en el nivel de pregrado. Consta de dos capítulos, conclusiones y recomendaciones. El primero de los apartados capitulares está destinado a los sustentos históricos y teóricos que fundamentan la investigación. Mientras, el segundo, se dirige a analizar y diagnosticar los elementos que inciden en la no realización del género fotorreportaje en Cuba y en especial en el sitio www.aldia.cu, en tanto se analiza cómo influyen las rutinas en el proceso de producción y construcción de los fotorreportajes en dicho medio. Por último, se realiza una serie de fotorreportajes de temática variada donde se aplican correctamente todas las peculiaridades del género, enfocado en el ambiente virtual.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DEL FOTORREPORTAJE WEB

1.1 Antecedentes históricos y referentes teórico-metodológicos de la fotografía de prensa

En sus inicios la fotografía solo era utilizada por aquellos de un estatus social elevado. Sin embargo, fue dejando de lado su carácter elitista y clasista y pronto favoreció la documentación de sucesos de interés público, reproducidos fielmente y sirviendo, por extensión, como prueba de veracidad irrefutable.

Con la aparición, a fines del siglo XVI y principios del XVII, de las primeras publicaciones periodísticas con gráfica incluida se abre una ventana al mundo. Los medios de prensa apreciaron la utilidad de su empleo y a finales del siglo XIX los periódicos comenzaron a utilizarla para mayor precisión en sus grabados. Según el teórico e historiador André Barret (citado por Rodríguez, 1992), en aquel entonces la prensa empleaba la fotografía escasamente debido a la imperfección técnica.

Precisamente fue la técnica de impresión de imágenes en puntos negros y blancos, – denominada medio tono¹ - creada en 1878, la que dio paso a que la fotografía se difundiera masivamente. Sin embargo, no fue hasta 1880 que un periódico utilizó la fotografía reproducida directamente a través del medio tono: el *New York Daily Graphic* regala al público una instantánea tomada en un barrio llamado *Shantytown* (Rodríguez, 1992).

Dos años más tarde, George Meinsebach patentó un procedimiento que se difundió rápidamente y que conseguía la impresión simultánea del texto y la imagen, utilizado posteriormente por el diario ilustrado de Leipzig al publicar fotografías instantáneas en su edición del 15 de marzo de 1884. (Santos, 2008)

El avance tecnológico continuaría innovando el mundo de la fotografía, y ya en 1895 el checoslovaco Karen Klic devela al mundo el rotograbado² como una forma de reproducir las imágenes en la maquinaria de la prensa. De esta forma aumentaron en todo el mundo las revistas ilustradas y comenzaron a proliferar las fotografías en

¹ Técnica creada por Frederick Ives, quien mediante un proceso de tramado adaptaba la reproducción de los grises de relieve tipográfico.

²Procedimiento que permitió adaptar el fotograbado a las prensas rotativas.

periódicos y revistas con fines noticiosos y publicitarios. Para 1896, el *New York Times* fue el primer diario en utilizar la fotografía como parte de su labor editorial, publicando un semanario que incluía diversos reportajes gráficos.

La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de importancia capital. (...) Con la fotografía se abre una ventana sobre el mundo. Los rostros de los personajes públicos, los hechos que acontecen en el país o más allá de sus fronteras, devienen familiares. Con la ampliación de la mirada, el mundo se reduce. (...) La fotografía inaugura los mass-media visuales cuando el retrato individual es reemplazado por el retrato colectivo. (Freund, 1974, p.95).

Es así como la imagen fotográfica comienza a mostrar cada vez mayor presencia en las publicaciones periódicas y se consolida el empleo de la fotografía de prensa. Como concepto teórico general, la fotografía de prensa se concreta en la modalidad periodística que más tarde sería conocida como fotoperiodismo.

Para esta investigación, resultan pertinentes los argumentos de algunos autores como San Martín (en Santos, 2008, p.12), que interpretan el fotoperiodismo como una actividad informativa, de crónica social y memoria histórica, con particularidades estéticas; es una simbiosis entre la información y la opinión mediante imágenes. Se establece como 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.

Dentro del periodismo, la información que brindan las imágenes fotoperiodísticas es tan importante como la información verbal. Bajo el lente del fotoperiodismo “la foto no es una mera mancha para descansar la vista; es información pura y dura y con el tiempo, como demuestran algunas (...), se convierten en iconos de una época”. (Millás, 2005, p.13)

En un sentido histórico, el nacimiento del fotoperiodismo y su etapa de mayor prosperidad se encuentran ubicados en la primera mitad del siglo XX y está ligada a la ocurrencia de sucesos bélicos alrededor del mundo. Entre estos acontecimientos se

encuentran la Primera Guerra Mundial, la Guerra Civil española, las guerras en China y Abisinia – hoy Etiopía -, los disturbios y huelgas en Europa y en Estados Unidos y la Segunda Guerra Mundial, hechos que motivaban a que el público europeo y americano se mostrara ansioso de obtener noticias e imágenes sobre lo que sucedía en el mundo.

Los reportajes fotográficos de los distintos acontecimientos se vendían fácilmente antes de realizarse y por lo tanto el trabajo de los fotorreporteros estaba asegurado y en pleno auge. Esto propició el surgimiento de revistas y agencias fotográficas como nunca antes se habían producido, lo cual consolidó definitivamente al fotoperiodismo como disciplina en el mundo. (Fuentes, 2003).

Ya a partir de los años 30, la labor periodística en el área de la fotografía se conoció oficialmente por este nombre y aparecen los primeros reporteros fotográficos profesionales. El fotógrafo deja de ser una persona anónima y empieza a firmar sus trabajos, además de redactar los textos y los pies de foto.

La cronología de la fotografía no se puede desligar de su evolución técnica y el afán de encontrar nuevos modos de registrar la imagen latente y presentarla. Por un lado, los avances experimentados en la propia tecnología fotográfica (emulsiones más sensibles, cámaras portátiles, lentes más luminosas, etc.) y en las tecnologías de los mismos medios (la trama fotomecánica, el huecograbado, etc.) Otros factores que permitieron la evolución de la disciplina, es la colaboración conjunta del editor jefe junto a los redactores y fotógrafos; y la libertad de iniciativa de los propios fotógrafos en su trabajo. (Susperregui, en Santos, 2008)

Durante estos años de desarrollo destacan figuras como el alemán Erich Salomon, quien instaura, con su trabajo, las bases del fotoperiodismo moderno. Este fotógrafo propone en sus instantáneas un nuevo concepto de periodismo visual donde, gracias a la aparición de las cámaras ligeras, puede tomar fotografías *infragantis*, captar momentos en los que tanto la acción como los personajes, no notan que los están fotografiando.

Sin embargo, Souguez (en Doménech, 2005) asegura que es con la Guerra de España que “nació el gran fotoperiodismo, el documento caliente e impactante donde el fondo

prevalece sobre la forma, con un nuevo tipo de reportero que se juega la vida en la empresa.” (p.295). Una de las imágenes universales de la historia de la fotografía y precisamente la foto emblemática del conflicto español es *El miliciano muerto*. Su autor fue el norteamericano Robert Capa, entonces corresponsal de la revista norteamericana *Life*, magazine ilustrado que floreció a mediados del siglo XX de gran trascendencia en el mundo de la fotografía por su estilo de contar las historias directamente con imágenes.

Robert Capa ha pasado a la celebridad como el más avezado de los fotógrafos de guerra de la primera mitad del siglo XX. Como corresponsal de *Life*, además de cubrir la Guerra Civil española, estuvo en la II Guerra Mundial y en el conflicto de Indochina. Capa preponderaba el momento dramático, fugaz e irrepetible de una instantánea, sobre los aspectos técnicos para que esta quedara formalmente bien. De esta forma son famosas sus imágenes sobre el desembarco de Normandía, donde se consagra como fotógrafo de guerra.

De igual forma, Henri-Cartier Bresson es otra de las firmas que comienzan a destacarse en las fotos pertenecientes a la II Guerra Mundial. Considerado por muchos el más grande fotorreportero del siglo XX, Cartier Bresson en su expresión “Nada hay en el mundo que no tenga un momento decisivo”, dejaría plasmado su principal aporte teórico al fotoperiodismo: la teoría sobre el instante decisivo. Para él, el momento decisivo es en fotografía el reconocimiento simultáneo, en una fracción de segundo, de la relevancia de un suceso, y de la organización precisa de las formas que expresan adecuadamente ese suceso (Santos, 2008, p.54)

Precisamente, estos dos hombres establecieron, con su estilo de trabajo, las bases del fotoperiodismo moderno, e igualmente junto con George Rodger y David Seymour formarían parte de otro hito de la historia de la fotografía: la fundación de la primera agencia mundial de fotógrafos independientes, Magnum Photos.

Magnum Photos surge tras la Segunda Guerra Mundial para enfrentar las restricciones impuestas por parte de los editores de periódicos y revistas hacia los fotógrafos de prensa. Es una cooperativa donde los fotógrafos conservan todos los derechos sobre sus instantáneas. La empresa revolucionó la concepción sobre la imagen en los medios

de comunicación y se ha mantenido como una de las empresas líderes del fotoperiodismo en el mundo. Ha sido el modelo sobre el que se desarrollaron posteriormente otras muchas agencias que han contribuido a institucionalizar definitivamente los principios de autoría e independencia (Lardinois, 2007, p.214)

Para la segunda mitad del siglo XX, matizados por los conflictos de la Guerra Fría, siguen siendo los sucesos bélicos los escenarios donde existe mayor despliegue fotoperiodístico. Esta etapa guarda en sus memorias tragedias como la Guerra de Corea, la Crisis de Octubre, la Guerra de Vietnam y la Guerra del Golfo, momentos durante los cuales la fotografía de prensa se inserta como testigo de lo ocurrido en este periodo.

1.1.1 Fotografía de prensa en Cuba

La llegada de los primeros daguerrotipos a Cuba genera entusiasmo en la población debido a las bondades que ofrecía el novedoso invento. Según Santos (2008), el 5 de abril de 1840, el diario El noticioso y Lucero, dan cuenta de la entrada a La Habana del primer aparato inventado por Daguerre. Más tarde, se inaugura en una azotea de la calle Obispo en la capital cubana, el primer estudio de daguerrotipos para retratos de Cuba y el segundo en Hispanoamérica.

Continúa afirmando el autor que, en el año 1883, luego de la introducción de la reproducción a medio tono fue publicada por primera vez una fotografía en Cuba. Ese mismo año, en las páginas de otras publicaciones habaneras se dejaron ver a modo de ilustración reproducciones fotográficas, tales como las revistas La Habana Elegante, El Fígaro, El Hogar, La Ilustración Cubana y el periódico La Lucha.

Los sucesos más importantes del siglo XIX en Cuba, la Guerra de los diez años (1868-1878) y la Guerra Necesaria (1895-1898), fueron registradas por varios fotógrafos de la época. La cobertura de mayor relevancia fotoperiodística del siglo XIX en Cuba que ha quedado para la historia, son las fotos tomadas en 1896 durante la reconcentración de los campesinos en las ciudades por el Teniente Gobernador Valeriano Weyler.

Las fotografías eran cada vez más populares en los medios impresos de la Isla a inicios del siglo XX. Vale destacar que en las primeras décadas acontecen nuevas revistas ilustradas y periódicos herederos de muchos estilos españoles existentes desde el siglo anterior, tales como los periódicos El Mundo y; las revistas Social, Carteles y Bohemia.

Tres números especiales de Bohemia en 1959 con motivo del triunfo revolucionario sirvieron de bisagra a la etapa gloriosa del fotoperiodismo cubano. Estas ediciones tuvieron una tirada de 1 millón de ejemplares. De ahí en adelante, no hubo un hecho que no fueran testimoniados: la entrega de los títulos de la propiedad de la tierra, los momentos de la Crisis de Octubre, etc. (Santos, 2008).

En este contexto surge el periódico Granma. Diario de carácter general, vocero de la posición ideológica y líneas estratégicas del país. Tenía una tirada de 700 mil y ediciones especiales de 800 mil y hasta un millón de ejemplares. Desde un principio el diario mostró apego a los recursos gráficos y a la fotografía como recurso más utilizado (Prieto y Viera, en Santos, 2008). Con la llegada de los años noventa el mundo inició un proceso de digitalización que se perfecciona hasta nuestros días. En este sentido los medios de prensa cubanos no quedaron atrás.

En el año 1996, la web del semanario Granma internacional es la primera de un medio de prensa de Cuba en Internet; posteriormente en julio del 97 sale a la luz el sitio del diario Granma. A ellos se le fueron uniendo posteriormente los demás medios de prensa nacionales y provinciales. El mundo web trajo una reinención en los modos de concebir y hacer periodismo dentro de la Isla. El lenguaje hipermedial transportó lo tradicional a la web e hizo converger formatos y plataformas. La fotografía no quedó exenta de renovaciones para ser adaptada al nuevo entorno mediático.

De esa manera, las fotografías de prensa de los medios tradicionales cubanos fueron adquiriendo una mayor calidad visual, como exigía el nuevo entorno. Había que tener en cuenta elementos tales como los formatos, las dimensiones o la edición para lograr un producto capaz de atraer visualmente a un nuevo tipo de usuario; aquel que era capaz de consumir y generar contenidos a la vez.

De forma general, estos son los acontecimientos en la historia de la fotografía que determinan el establecimiento de estilos, contenidos y formas que constituyen las bases teóricas del fotoperiodismo moderno, encargado de representar la sociedad. Timossi (en Álvarez, 2013) lo resume refiriendo que “la imagen fotográfica puede llegar a tener una capacidad de expresión, descripción e información insuperables a los cuales la palabra a veces no puede llegar”. (p.26)

Para convertir hechos de la realidad en noticia, el fotoperiodismo toma valores informativos de veracidad, objetividad, realismo y fidelidad entre el público, “para quien la imagen fotográfica sigue funcionando como documento de lo auténtico y certificación de la realidad circundante. En la actualidad estos son los principios básicos sobre los que se erige la cultura informativa occidental (...)”. (Doménech, 2005, p.32)

En resumen, es una forma gráfica y sintética de periodismo, con un lenguaje propio y definido que se consolidado a través de los años y evolucionado según se configuran los distintos cambios tecnológicos. Se refiere a lo relacionado con las fotografías de prensa que conforman un mensaje, se encuentran dispuestas en el contexto general de periódicos, revistas, noticiarios televisivos y que, a día de hoy, están presentes en cualquier dispositivo electrónico y sitios web gracias a las bondades de la digitalización.

Por su parte, la digitalización consiste en definir la imagen en códigos binarios que configuran una matriz de puntos que puede ser almacenada, transmitida y transformada electrónicamente, innovación que se afianza en el mundo fotográfico durante el siglo XXI.

En la actualidad la fractura del tiempo de elaboración permite al público consumir una fotografía de impacto en la portada de un periódico digital, pocos minutos después de ser tomada o recreada por la cámara digital (...) La era digital da paso hacia un capítulo en la historia y evolución de la fotografía. (Sainz, 2015, p.11)

De esta manera, la digitalización de las imágenes, la aparición de las cámaras digitales, los escáneres, los programas procesadores de imágenes o de retoque fotográfico, los

ordenadores actuales con gran capacidad de almacenamiento y los monitores de alta resolución, han revolucionado el mundo de la fotografía en general, y la fotografía en los medios de comunicación, en particular. El desarrollo de la web 2.0 y el auge de las redes sociales contribuyen al acelerado flujo de fotogramas que persisten cada día en Internet.

1.2. Fotografía de prensa digital

Si bien con las versiones en papel de los diarios tradicionales los usos de las imágenes fotográficas estaban limitados, con el salto a Internet se abrieron nuevas posibilidades para el tratamiento de este recurso. El fenómeno de la fotografía de prensa para sitios web surgió en los años 90 del siglo pasado. En esta primera etapa y hasta el año 2000 las imágenes de los diarios eran reproducidas en las ediciones digitales y el uso de las fotografías era fundamentalmente complementario (Marcet, 2006).

El impacto de la fotografía digital en la prensa aportó valores de inmediatez, análisis y almacenamiento nunca antes pensado. Con el tiempo, los diarios se percataron de la necesidad de la autonomía de las fotografías en medios digitales y sus características especiales. La circulación fluida en la red, su disponibilidad y en especial su formato replanteó las maneras de hacer del fotoperiodismo.

Actualmente, en la mayoría de los diarios digitales *online* los usos de las imágenes fotográficas varían de acuerdo a las intenciones editoriales y a los intereses políticos a los que responden. Según Medina (2014) es común el aprovechamiento de las galerías de imágenes; el uso ilustrativo de las fotografías en el mismo nivel de la información; y en ocasiones, y dado por la instantaneidad en la circulación de las imágenes tanto de profesionales como de amateurs o usuarios, las fotografías aparecen como una primicia de un hecho noticioso o de actualidad que luego es ampliado con información textual y con nuevos recursos multimedia.

La capacidad de las imágenes fotográficas para articular y organizar la información visual y textual las convierte en un recurso comunicativo con diferentes empleos y aplicaciones en el entorno hipermedial. Tras su inserción en la web y en consonancia con las nuevas características y prestaciones del entorno digital, la fotografía de prensa

renovó sus formas de creación, absorbiendo en buena parte las ventajas y peculiaridades de las herramientas hipermedias, las cuales se establecen sobre tres pilares: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

De acuerdo con Salaverría (2005), estas tres características de la comunicación en red propician la innovación en los medios, con cambios que afectan profundamente a los contenidos, los productores, las organizaciones y las audiencias, y sus peculiaridades se detallan de la siguiente forma:

- Hipertextualidad: Un hipertexto es un documento que puede presentar varias formas y se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital.
- Multimedialidad: Es la capacidad que brinda el soporte digital de combinar en un solo mensaje al menos dos de los siguientes tres elementos: texto, imagen y sonido
- 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.

Sobre la hipertextualidad, Canavilhas (2005) expresa que su influencia alcanza todas las grandes áreas de investigación en periodismo, porque tiene implicaciones en el lenguaje, en los géneros y en el proceso de recepción, al demandar la participación activa del usuario. Esta particularidad es sumamente importante porque marca una diferencia fundamental con relación a las noticias textuales. En la comunicación hipermedia las imágenes fotográficas pueden integrarse entre sí y con otros contenidos a través de hipertextos. Esta función posibilita estructuras no secuenciales de lectura y pueden ser organizativos y documentales (Marrero, 2007, p. 70)

En algunos casos en el pie de foto se sitúa el hipervínculo que permitirá desplegar el nodo que contiene el texto de la información. De acuerdo con Sainz (2015), las fotografías pueden funcionar perfectamente como nodos de segundo nivel, conectados

al nodo matriz donde se encuentra el texto principal. Esta función en el fotoperiodismo web, sirve como elemento clave para la navegación en los cibermedios.

Si se habla de multimedialidad, es importante mencionar que la fotografía, dentro de los elementos multimediales, es decisiva porque la incorporación de imágenes en la noticia representa un valor añadido al producto informativo y tiene una influencia en su percepción, que puede ser negativa o positiva (Canavilhas, 2005). Asimismo, junto al uso de la fotografía, el hecho de complementar la narración al incorporar vídeos, sonidos o infografías en los productos periodísticos realizados para Internet implica cambios en la forma de presentar las informaciones y en el diseño de sitios web.

Por otra parte, este investigador considera que la interactividad es la diferencia más notoria de la web con relación a los medios de comunicación tradicionales. Permite al usuario dirigir cómo relacionarse con la información y administrar la forma de acceder a los contenidos de acuerdo con sus expectativas. Se puede decir que la noción de interactividad está fuertemente ligada con la noción de control sobre el acontecimiento y no puede aislarse del usuario. La actividad de selección e interpretación del receptor pasa a constituirse como parte estable en el proceso comunicativo, estableciéndose como una componente esencial.

En el caso de los productos fotoperiodísticos en la web, este elemento ya forma parte de las dinámicas en las que el usuario interactúa con los hipertextos, pero además herramientas como la ampliación de las imágenes o aplicaciones como las lupas para profundizar en los detalles seleccionados por el internauta, son ejemplo del aprovechamiento de las posibilidades expresivas del recurso y las relaciones de interacción en diferentes grados y niveles que puede proponer.

La ganancia de protagonismo de lo visual en los medios ciberperiodísticos, con la fotografía como estandarte, se ha descrito y justificado abundantemente. De forma general, autores como López del Ramo (2010), Meso (2012) y Sánchez Vigil (2014) constatan una serie de insuficiencias reiteradas en la fotografía de prensa digital. Entre ellos destacan el reducido tamaño y la baja calidad, el uso masificado en las páginas principales, tratamiento caótico, confuso y poco coherente, abuso del encuadre corto y

del retrato, así como el escaso aporte noticioso por limitarse a una función complementaria o decorativa.

Cabe señalar que gran parte de estas investigaciones constituyen estudios basados en los elementos formales de la fotografía tradicional y realizan una traslación de las características de análisis a los medios digitales. Para la presente investigación existen otras categorías de mayor relación con el entorno web. Entre ellas destaca la resolución, el formato, el derecho de autor y los recursos hipermediales.

1. Resolución: El adecuado uso de este elemento de la imagen en entornos *online* se traduce en lograr tener el mínimo tamaño posible, sin pérdidas de calidad apreciables. Como regla general, se recomienda no subir imágenes con un ancho mayor al ancho en píxeles del área del contenido principal de la web.
2. Formato: Existen tres formatos principales que representan prácticamente al 100% de los formatos en la web: el JPG, PNG y GIF. Entre sus ventajas está la posibilidad de una mayor compresión de la información, dando lugar a archivos poco pesados.
3. Optimización: Optimizar la imagen no significa reducir dimensiones. Elementos como la reducción de la paleta de colores, conseguir una nitidez óptima, además de escoger el formato más adecuado también influyen.
4. Fuente y derecho de autor: Al igual que en medios de prensa tradicionales, la fuente de donde se obtiene la fotografía, así como el crédito de su autor brinda veracidad y prestigio al sitio.
5. Recursos hipermediales: La interactividad permite que la imagen sea visible y funcional; la hipertextualidad brinda la posibilidad de entrelazar la imagen con otros contenidos y la multimedialidad ofrece una autonomía noticiosa a la fotografía web.

Sin dudas, el factor tecnológico y sus constantes innovaciones son elementos que condicionan los modos de hacer del fotoperiodismo en Internet. Así lo refirieron 222 periodistas encuestados, como parte de la investigación realizada por la empresa Canon Europa en marzo de 2018, utilizando la base de datos de los participantes en el *World Press Photo*.

Los fotorreporteros encuestados reconocen la importancia de la tecnología en el futuro del *storytelling*³ visual. Aunque muchos consideran que la realidad virtual (52%) y la realidad aumentada (49%) desempeñarán un papel importante, los fotógrafos creen firmemente que, a pesar de los avances tecnológicos, sus conocimientos y experiencia siguen siendo fundamentales, con un 96% que afirma que siempre existirá la necesidad de contar con humanos en el proceso creativo.

Cuando se les inquirió por el futuro del fotoperiodismo, los fotógrafos se mostraron divididos. Más de un tercio (37%) cree que aumentará la calidad, debido, como razón principal, al crecimiento de las redes sociales y a la facilidad para compartir imágenes y contar historias online (45%). Sin embargo, el 32% piensa que se producirá un declive en el fotoperiodismo debido al crecimiento del periodismo ciudadano (35%), a la reducción del panorama de medios tradicionales (26%) y a que habrá menos puestos de trabajo para fotoperiodistas (20,5%).

Estos criterios se sustentan en el convulso panorama mediático actual, donde el fotoperiodista desarrolla su labor en un escenario marcado por la crisis de los llamados medios tradicionales, el auge de las redes sociales, por la emergencia de nuevos fenómenos, como el llamado fotoperiodismo ciudadano; y por las posibilidades de manipulación fotográfica (Caballo, 2006; Doménech, 2013).

La llegada de los *smartphones* o teléfonos inteligentes acompañados de cámaras de última generación influye en el mundo de la comunicación, al extenderse el uso de los móviles para capturar hechos noticiosos. Según refiere Boloix (2019) este suceso ha producido una globalización de la fotografía y un aumento de la producción fotográfica, lo cual ha propiciado debates entre los fotoperiodistas profesionales que trabajan en los medios de comunicación convencionales y los fotógrafos aficionados – conocidos como “fotoperiodistas” ciudadanos – que publican sus imágenes en las redes sociales y las hacen virales.

No todo el fotoperiodismo ciudadano es visto como un cambio negativo. Al contrario, también se caracteriza por sus importantes beneficios para la fotografía y en especial

³Hace referencia a las formas de narrar las historias

para la información. Los usuarios son una fuente valiosa de investigación y comunicación. Gracias a la inmediatez de las redes sociales a la hora de tomar fotografías y publicarlas, así como su factibilidad para contactar con una persona rápidamente, las noticias se enriquecen a tono con la cantidad de información que pueden aportar los usuarios. Por esta razón, muchos fotoperiodistas han comenzado a usar las redes sociales como herramientas para promover y otorgar visibilidad a sus trabajos y así ganar audiencias.

En este escenario las plataformas digitales que sirven como nuevos modelos de periodismo van muy ligadas a la inmediatez y han generado un gran impacto en el papel de fotoperiodista. Las más destacadas en este sentido, debido a su gran número de usuarios son Facebook, Twitter e Instagram, las cuales además comparten una serie de herramientas y características comunes, útiles a la actividad fotoperiodística:

- **Multimedialidad:** estas plataformas posibilitan la publicación de fotografías y videos, recurso que ofrece a los medios de comunicación en general, y a los fotoperiodistas en particular, la idea de producir géneros fotográficos diversos, como fotorretratos, fotonoticias y fotorreportajes sobre una personalidad, suceso o historia interesante y hacer uso de las potencialidades en la narrativa visual para atraer a los usuarios.
- **Hashtags:** es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o numeral (#), con mayor presencia en Twitter e Instagram. De esta forma se crea una especie de banco de información sobre el tema y a la hora de buscar contenido es mucho más rápido y fácil. Son útiles para los medios de comunicación pues pueden etiquetar las noticias e imágenes publicadas y a la vez generar más conexión con el usuario.
- **Likes o Me gusta:** permiten contabilizar la repercusión de una cuenta y cuánto gusta el contenido que se proporciona, algo muy útil desde el punto de vista periodístico para saber qué es lo que demanda el público en la red social.

- Comentarios: le otorga al usuario la posibilidad de emitir criterios en torno a las publicaciones realizadas, tomando parte activa en el proceso comunicativo, lo cual le da un carácter prosumidor a la interacción.
- Chat: Cada una de estas redes sociales, según sus particularidades, presenta la opción de establecer conversaciones individuales o grupales mediante mensajería instantánea o video chat y permite el intercambio de archivos multimedia, lo cual puede ser de utilidad si el periodista necesita contactar a informantes o personas específicas.

La influencia de las redes sociales ha propiciado que el fotoperiodismo tenga una presencia cada vez mayor en Internet, ya sea con cuentas propias de los fotorreporteros o mediante la cuenta de un medio de comunicación. Estas plataformas ofrecen nuevas oportunidades a los profesionales de la fotografía de prensa, oportunidades de dejarse ver, de promover su trabajo, de dar voz a historias y reportajes que en un medio tradicional no tendrían cabida, y también, a su vez, de interactuar y conectar con los usuarios.

La era tecnológica, donde todos los medios están en la carrera para publicar lo más novedoso, lo más impactante y lo que puede convertirse en lo más viral en sus redes sociales, ha hecho que el fotoperiodismo deba cuidar mucho más, ya no su inmediatez, sino su calidad.

De esta necesidad se han percatado los sitios web de los medios de prensa, que en los últimos años han procurado prestar más atención al uso de las imágenes y a las estructuras narrativas para presentarlas. Ejemplo de ello fue el estudio realizado por *Poynter Institute* en el 2012. Basándose en la técnica del *eye tracking*⁴ a 50 participantes le fueron presentados, en dispositivos móviles, tres prototipos con las mismas noticias pero con diferentes diseños.

En primer lugar, el tradicional, similar a un periódico *carousel*⁵, otro con un diseño basado en imágenes del mismo tamaño acompañado de titulares, y *flip board*, que

⁴ Dispositivo que detecta, sigue y graba los movimientos que los usuarios realizan con los ojos, la duración de la mirada y la dilatación de la pupila

⁵ Es un elemento de una página web que muestra múltiples imágenes y texto que se alternan entre ellas.

consiste en una presentación concebida mediante grandes fotografías, donde se destacaban únicamente algunas noticias. El estudio descubrió que los usuarios preferían una distribución de los contenidos en forma de *carousel*.

Los investigadores concluyeron que los usuarios tienden a entrar en la pantalla a través de un elemento dominante, generalmente la fotografía. Se determinó, además, que las imágenes que más impactan a los usuarios son las que les resultan fáciles de interpretar, de gran contraste y alta calidad, y evitan centrar la atención en las que poseen detalles excesivos, (Quinn, 2015)

A pesar de que ya se perfilan algunos estudios que intentan delimitar los géneros de la fotografía de prensa en la web (López del Ramo, 2017; Ritter, s/f), lo cierto es que, hoy en día, en los entornos *online* aún se emplean los géneros tradicionales del fotoperiodismo impreso, pero adaptados para medios digitales.

En este sentido, a la hora de definir una clasificación pertinente para esta investigación, se tuvieron en cuenta los estudios de Abreu (1998), Claro (2008), Castellanos (2008) y Álvarez (2013). Castellanos (2008), al analizar la fotografía periodística, define como géneros fotoperiodísticos: la forma o estructura y función predominante (informar, interpretar u opinar) que tienen las fotografías y su entorno verbal (título, texto u/o leyenda).

Se resalta también el criterio de Claro (2008), en el que advierte que el ordenamiento de géneros en el fotoperiodismo, funciona como un recurso flexible, y por tanto las características estructurales que definen a cada género fotoperiodístico son modificables. Partiendo de esos elementos, se tienen en cuenta los siguientes géneros:

1. Fotonoticia: Informa oportuna y sintéticamente un acontecimiento noticioso relevante en el momento de su desenlace o clímax informativo. Su protagonismo es esencial en los momentos de catástrofes naturales o conflictos bélicos.
2. Foto editorial: imagen polisémica que, junto a una leyenda, por lo general extensa, de seis o más líneas tipográficas y un título breve y apelativo permite fijar la posición del medio respecto a un tema de actualidad.

3. Foto mancheta: imagen polisémica la cual, junto con un título breve, entre una y cuatro palabras, pero mordaz, evoca sobre el lector un juicio de actualidad con ciertas dosis de humor e ironía.
4. Retrato fotoperiodístico: Se dirige al reconocimiento de los rasgos físicos y psíquicos distintivos de uno o varios individuos (inclusive grupos), que por alguna causa desempeñan un papel protagónico o noticioso relacionado a un evento de interés general. Este género fotoperiodístico puede enfatizar alguna peculiaridad de los personajes fotografiados, o bien hacer hincapié en la atmósfera simbólica y/o contexto social que los rodea.
5. Ensayo fotoperiodístico: Es el género fotoperiodístico más complejo. Exige experiencia y madurez al fotoperiodista para formular una narración visual no necesariamente secuencial o lineal. Este género fotoperiodístico, al igual que el ensayo escrito, posibilita la libertad expresiva y personal del autor para tratar reflexivamente cualquier temática de interés general, sea o no de actualidad informativa. En el ensayo fotoperiodístico, las fotos interactúan entre sí y constituyen unidades discursivas simbólicas, pues contribuyen a la comprensión general del tema tratado.
6. Columna fotoperiodística: Es el género fotoperiodístico menos conocido y ejercido en el periodismo impreso. Exige la comprensión y confianza de los directivos de una institución periodística, con un perfil editorial vanguardista, el cual favorezca su ejercicio y continuidad.
7. Fotoilustración: Es una foto o imagen que generalmente auxilia a un texto sin estar comprometida con la realidad. Sin embargo, se declara en este estudio, pues a su empleo se asocia uno de los grandes problemas del fotoperiodismo actual: muchos periodistas y fotorreporteros, en lugar de acudir a la cobertura periodística, ilustran el hecho con este tipo de fotografías.
8. Fotorreportaje, en este caso estructurado en dos modalidades:
 - Fotorreportaje corto: Es eminentemente narrativo y descriptivo. Requiere de una planeación mínima. El tiempo de entrega es casi inmediato y se desarrolla en conjuntos de 3 a 10 fotografías aproximadamente. Puede llegar a ser muy efectiva en la crítica social.

- Fotorreportaje profundo: Conocido también como gran reportaje. Contiene el tipo de discurso narrativo en el cual se mezclan inteligentemente las formas descriptivas y expositivas. Ofrece un tratamiento abiertamente interpretativo asumido por el fotoperiodista. Tienen más libertad en cuanto a número de fotografías a mostrar.

Por constituir elementos clave para el desarrollo de la presente investigación, se analizará a profundidad las características del último género en el siguiente epígrafe, sobre todo sus peculiaridades tras su inserción en la web.

1.3. Fotorreportaje web

El fotorreportaje – también llamado reportaje fotográfico –en su concepción más simple se podría describir como un género del fotoperiodismo, el cual hace alusión a un conjunto de imágenes que en su composición y lógica secuencial, conforman una historia o acontecimiento periodístico.

Sus características formales y de contenido han sido ampliamente estudiadas por los especialistas en el tema, e igualmente, ha sido el género sobre el cual la mayoría de los grandes fotorreporteros de la historia han consolidado el prestigio de su carrera gracias a las posibilidades narrativas y estéticas que les otorga para demostrar sus habilidades. Precisamente el célebre fotógrafo francés Henri Cartier-Bresson, considerado uno de los principales exponentes del fotoperiodismo clásico, sintetizó la definición de fotorreportaje como “el arte de explicar una historia mediante una sucesión de fotografías” (en Nodal, 2014, p.11).

Otros teóricos y profesionales han sido más exhaustivos a la hora de definir el género. Tal es el caso de Vásquez (2011), quien expone que el fotorreportaje brinda la posibilidad de transmitir lo que está aconteciendo a base de imágenes, y a manera de relato se plasman los pensamientos, reflexiones y hallazgos acerca de un asunto al que se le dedica un tiempo de investigación.

García (1987), en cambio, alude a características formales en su definición, al referir que “el fotorreportaje es la combinación de textos y fotografías que, en espacio limitado, transmite un hecho noticioso determinado, sea de actualidad o simplemente recreativo”

(p.9). Este autor, coincide a la vez con Baran (en Sainz, 2015, p.17) en otorgar al fotorreportaje las funciones de informar, educar, acusar, enfatizar y documentar el quehacer humano en todas las esferas de la sociedad, pero de una forma novedosa, atractiva y gráfica.

Teniendo en cuenta los anteriores criterios y tras una revisión a las definiciones expuestas por Cebrián (1991), Bustos (2007) y Gargurevich (2010), se aunaron los elementos abordados por los autores mencionados y, para esta investigación, se considera que fotorreportaje es el registro fotográfico de un acontecimiento, una noticia o un fenómeno social mediante una secuencia de instantáneas que narra o describe el hecho noticioso y responde a las interrogantes clásicas del periodismo (qué, quién, cuándo, cómo y dónde) de manera tal que las imágenes, de conjunto con la información textual (título, texto principal y pie de foto), no solo transmitan la esencia del suceso, sino que provoquen emociones.

Por otra parte, el fotorreportaje al igual que el resto de los géneros inherentes del fotoperiodismo incluye todas las áreas de interés de la actualidad informativa como el periodismo de guerra, el periodismo deportivo, el mundo del espectáculo, los problemas sociales, y todo tipo de temáticas donde se pueda recrear una imagen. (Sainz, 2015)

El fotorreportaje responde además a una serie de peculiaridades relacionadas a cuestiones formales y de contenido. Así, para Bustos (s/f) es importante destacar que las fotografías que conforman el fotorreportaje deben cumplir con los rigores de la ética periodística y los valores noticia, por lo cual destaca los siguientes atributos:

- Actualidad: la imagen debe estar dentro del contexto de, ya sea un hecho reciente y noticioso o sucesos pasados y atemporales que sean de interés actual, y debe ser suficientemente ilustrativa del mismo.
- Objetividad: la situación representada en la fotografía es una imagen confiable y cuidadosa que representa los eventos que indica tanto en contenido como en tono.

- Narrativa: la imagen debe combinarse con otros elementos noticiosos que la haga suficientemente comprensible para los espectadores, lectores o televidentes de todos los niveles culturales

- Estética: la imagen debe conservar el rigor de la estética fotográfica (luz, encuadre, relación fondo y forma, perspectiva, manejo de sombras, etc.)

Asimismo, según explica Sainz (2015), al sumar en su investigación los criterios de Bustos (s/f) y García (1987), los elementos que conforman la estructura del fotorreportaje son:

- 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 de 4 a 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.

- El lead fotográfico: parte de la concepción de que la fotografía debe dar respuesta a las seis interrogantes clásicas de la información en cualquier evento noticioso (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué). “El lead en un fotorreportaje debe ser eminentemente gráfico, una buena fotografía puede darnos la noticia”. (García, 1987, p.14).

- El pie de foto: el pie de foto es el texto explicativo o de comentario que aparece acompañando a la fotografía, debe ser sencillo, directo, y su extensión dependerá del mayor o menor grado de expresividad de la imagen; como regla no puede repetirse en el texto lo que ya de por sí solo describe la fotografía.

Hasta el momento se han analizado los factores técnicos y humanos de los cuales depende la elaboración del fotorreportaje, sin embargo, en este proceso también influyen elementos de lógica estructural y organizativa.

Siguiendo las metodologías y etapas que establecen destacados fotorreporteros como Julio Pantoja y Adalberto Roque (en Santos, 2008) para la construcción de los mensajes periodísticos, para el autor de esta investigación el desarrollo y realización de un fotorreportaje se organiza de la siguiente forma:

1. Planificación e investigación de la historia: tiene como objetivo obtener de una fuente fiable la información relativa al acontecimiento representado. En este paso, el fotorreportero se enfocará en cuáles puntos de vista le interesa indagar y a través de qué ángulo mostrará la historia, por lo cual debe comenzar a delimitar sus objetivos principales. Estos constituyen los primeros elementos que servirán para la descripción posterior de las imágenes.
2. Elaboración de la imagen: Relacionado con la acción de la toma de las fotografías, se trata de situar los conocimientos compositivos desde el punto de vista personal para lograr una imagen con valores periodísticos y estéticos en aras de cumplir los objetivos definidos en la etapa anterior.
3. Selección y edición: está dada por un proceso que inicia con el visionado de todas las tomas y la selección de las imágenes que el fotorreportero – o editor del medio de prensa al que responda – considere son las más adecuadas para narrar su historia. Posteriormente, de considerarlo necesario se procederá al procesamiento, edición y corrección de las imágenes sin alterar o distorsionar la realidad que ellas representan.
4. Publicación: Es la etapa en la cual el material se encuentra disponible y accesible para ser visto por la audiencia, y se pueden establecer procesos de retroalimentación para evaluar la respuesta o aceptación del público ante el producto periodístico.

En un panorama mediático en constante transformación, el fotorreportaje como género también encontró su espacio en la Red de Redes, gracias a la digitalización de la fotografía y las transformaciones constantes que impone la expansión de Internet al panorama del fotoperiodismo, cuestiones referidas en epígrafes precedentes.

Pese a las innovaciones estructurales y de contenido que ha supuesto su inserción en la web, los requerimientos genéricos para el mundo *online* concuerdan con los

discursos y las formas establecidas históricamente para su tratamiento en la prensa plana. Por ende, las definiciones y funciones planteadas en esta investigación con respecto al fotorreportaje se extienden a la hora de hablar de fotorreportaje web.

No obstante, las particularidades de la web 2.0 y las prácticas actuales del periodismo digital constituyen una oportunidad de aprovechar las herramientas que la red pone a su disposición y transformar el fotorreportaje en una experiencia novedosa y más vigente que nunca.

El reportaje gráfico o fotorreportaje brinda enormes posibilidades para su desarrollo en los cibermedios. Se trata de un género que permite -incluso reclama- aprovechar contenidos multimedia de todo tipo (...) puede ir más allá y aprovechar toda la gama de contenidos multimedia: desde los videos, pasando por gráficos o imágenes interactivas hasta grabaciones sonoras (...) además es un género ideal para la estructuración hipertextual y la interactividad (Salaverría, 2005, p.183)

El fotorreportaje insertado en el ambiente virtual adquiere la posibilidad de hacer uso de estas tres características mencionadas anteriormente como cualquier otro contenido hipermedia. El género integra las posibilidades de la hipertextualidad como función distintiva del ciberespacio. En la actualidad diversos fotorreporteros ya emplean este tipo de fragmentación y estructuración hipertextual.

Para ello se puede valer de los elementos textuales que acompañan al fotorreportaje, como el titular y los pies de foto, o establecer el hipertexto directamente sobre algún elemento de la fotografía, de modo que el usuario pueda ampliar la información mediante el clic. Esto posibilita al público una lectura más dinámica a diferencia de los patrones habituales, y la oportunidad de interactuar a través de los nodos en busca de informaciones adicionales.

Por otra parte, según Santos (en Sánchez, 2016) con su inserción en la web la noción clásica del género poco a poco ha sido superada.

Ahora se enriquece, debiera llamársele fotorreportaje multimedial, conformado por un buen texto, una serie de fotos y un pequeño video, o un pequeño video

con las fotos tomadas, o utilizar la plataforma web para ponerle un audio ambiente del lugar donde fueron tomadas las imágenes. (p. 40)

Es importante agregar también, que el reportaje fotográfico en Internet ofrece excelentes oportunidades para experimentar la interactividad, ya sea a través de la interacción directa con el contenido y las fotografías o mediante las secciones de comentarios de los sitios web, que propician la participación del usuario. Un ejemplo de los últimos elementos mencionados lo constituya la serie “*One in Eight Million. New Yorkers in sound and images*”, (**Anexo I**) producida por el *New York Times*, en su versión digital.

La misma, presenta reportajes fotográficos con personajes de la vida de la ciudad de Nueva York, usando el formato del *slideshow* con audio. Con fotografías en blanco y negro, el contenido documental del producto queda evidenciado, característica que gana, incluso, con el uso de audio de los entrevistados, o sonidos de ambiente. Aquí, las imágenes fotográficas cuentan historias de personajes, historias de vida. La apertura de la serie muestra un índice con las distintas historias, en una interfaz en la cual el usuario escoge lo que desea ver, lo que puede ser hecho a través de las fotos iniciales de cada una o incluso por una lista

En esa fusión de lenguajes -audio y fotos- y de géneros -fotorreportaje y documental- la serie se muestra como un ejemplo de un producto naciente del ciberperiodismo, heredero del gran reportaje fotográfico de la prensa, del documental televisivo y cinematográfico. Al respecto López del Ramo (2017) referencia el uso de novedosos formatos que han irrumpido en el fotoperiodismo *online* y se roban el protagonismo a la hora de narrar historias con imágenes, que no son más que grandes fotorreportajes, pensados y creados exclusivamente para entornos web. Los tres productos, fórmulas o formatos de este tipo con mayor implantación en la prensa *online* actual son las fotogalerías (o *slideshows*), las ftohistorias (o *picture stories*) y los reportajes multimedia (o *multimedia stories*).

Las fotogalerías fueron el primer producto fotoperiodístico específico de la prensa digital, y empezaron a publicarse de forma sistemática desde el año 2000. Se les define como producto ciberperiodístico que muestra un suceso noticioso mediante un conjunto

de imágenes ordenadas secuencialmente y cuenta con el apoyo de un título y regularmente pies de foto.

La disposición de las imágenes en serie o secuencia lógica posibilita la construcción narrativa, pues es posible configurar una historia con principio, desarrollo y final. El aditamento sonoro, sumado a la secuenciación lógica de las imágenes, representa un estadio superior de evolución de las galerías, hace posible profundizar en su dimensión narrativa y contribuye a la creación de significado.

Como variante de las fotogalerías temáticas, pero con un grado de elaboración visual y estructural mayor, entre mediados y finales del año 2000 los periódicos digitales comienzan a publicar lo que denominan fotohistorias, relatos fotográficos o, en inglés, *picturestories*. Las fotohistorias se abren a menudo con una página de presentación a partir de la cual, bien automáticamente o con un clic del lector, comienza el flujo de imágenes en secuencia lineal fija.

También es frecuente que posean una página o imagen de cierre, al modo de los créditos cinematográficos, recordando la estructura clásica de inicio, desarrollo y fin. Las fotos se presentan en tamaño grande, están acompañadas de sonido semánticamente articulado con la imagen visible en cada momento y adquieren mayor realce gracias a un contexto gráfico (fondos, tipografía...) que refuerza el mensaje connotativo. Es decir, las fotohistorias apuntan hacia la creación de lo que se ha denominado como ambiente “inmersivo”, en referencia a su capacidad de establecer un clima emocional en el que se sumerge el usuario.

Otro de los productos emergentes a los que se aludía anteriormente es el reportaje multimedia, en el cual se suele dar preponderancia al mensaje textual, combinado con signos de otros lenguajes, cada uno de los cuales aporta sus fortalezas específicas para contar una historia de manera sinérgica. En este género híbrido, la imagen fotográfica es un contenido destacado, pero al no ser el más relevante, no puede considerarse en puridad como producto o formato fotoperiodístico, salvo en algunos casos excepcionales.

En términos de fotorreportaje web, no es el formato o modalidad visual en que se decida narrar la historia el único factor relevante, sino también qué elementos se tienen en cuenta para decidir narrar esa historia. Tomando como referente las respuestas dadas por los fotorreporteros en la encuesta realizada por la compañía Canon – estudio mencionado en el epígrafe anterior – se enumerarán las claves que estos profesionales atribuyen a un buen *storytelling* visual:

- ✓ Provocar un cambio en la perspectiva de un tema o asunto (55% de los encuestados): aspecto relacionado con el carácter transformador de la realidad social que ha tenido el periodismo por décadas.
- ✓ Provocar emoción (48% de los encuestados): para conectar con su espectador, todo relato debe activar memorias sensibles, canalizar múltiples afectos y estados de ánimo como el amor inalcanzable, el perdón, el destino, la sensualidad.
- ✓ Contar con una narrativa potente (31% de los encuestados): una historia interesante o atractiva, una correcta composición en las fotografías y su disposición en un orden determinado según la intencionalidad del fotorreportero, son la base para estructurar un fotorreportaje coherente, que se verá favorecido con la implementación de otros recursos de la web que complementen la narrativa.
- ✓ Revelar una historia desconocida (25% de los encuestados): atribuido al valor de la novedad y la primicia, aspectos codiciados en la actividad periodística.
- ✓ Tener una buena composición (24% de los encuestados): algo tan básico como fundamental, en tanto la imagen comunica por sí sola y cada elemento que la conforme (encuadre, plano, iluminación, ángulo) tiene no solo función estética sino narrativa.

De igual forma, además de los elementos narrativos, los fotorreporteros expresaron la necesidad de sentirse cómodos en su equipo de trabajo para conseguir captar la mejor imagen posible, eliminando la posibilidad de un fallo, lo que podría suponer perder “la fotografía”, también destacaron como puntos claves de un buen ejercicio fotográfico poseer una cámara fiable (94%) y fácil de usar e intuitiva (76%).

Un 95% de los fotógrafos mencionan la preparación como algo fundamental, asegurando que resulta imprescindible investigar la historia, establecer la visión que se proponen y determinar el ángulo o punto de vista mediante el cual la quieren narrar. A lo largo de la historia, a los fotoperiodistas les ha impulsado su pasión por captar la fotografía especial, una historia visual que provoque el debate, inspire a la acción y cambie las perspectivas, elementos que propicia un género como el fotorreportaje.

Así lo resume Lee Boniface, director de marketing de Canon Europa y uno de los responsables de este estudio, cuando afirmo: “Las historias (...) cuentan las verdades que no deben ser ignoradas y nos retan a actuar en base a ellas. Nosotros admiramos a los fotógrafos que están ampliando los límites para contar historias inspiradoras, controvertidas y desafiantes, que necesiten ser contadas.”

Se trata de aprovechar la expresividad visual para establecer una narrativa coherente mediante imágenes y, de esta forma, retratar una personalidad, relatar un suceso y captar la esencia misma de la realidad humana y social. Todos estos aspectos estéticos y narrativos de la fotografía periodística, así como los fundamentos teórico metodológicos que sustentan el fotorreportaje y su empleo en la web, serán tenidos en cuenta en la aplicación de los métodos empíricos que respaldan el aporte del capítulo 2.

CAPÍTULO II. FOTORREPORTAJE PARA EL SITIO WEB WWW.ALDIA.CU

En el presente capítulo se realiza un análisis de las potencialidades y limitaciones de la página web www.aldia.cu para asumir la realización de fotorreportajes teniendo en cuenta la capacitación del personal e infraestructura tecnológica, entre otros aspectos, para luego arribar a la elaboración de una serie de fotorreportajes que favorezcan la producción fotoperiodística en el medio.

2.1 Experiencias en la elaboración de fotorreportajes web: www.nytimes.com , www.cubadebate.cu y www.ahora.cu

Una observación preliminar al fotoperiodismo actual permitió establecer una clara división entre aquellos medios de información, tanto tradicionales como emergentes, que están adaptando sus imágenes fotoperiodísticas a la nueva realidad digital aprovechando las potencialidades del ecosistema 2.0.

Después de analizar las tres cualidades principales del texto y la imagen digitales: hipermedialidad, interactividad y virtualidad (Bañuelos, 2007; Salaverría, 2005); en diferentes casos de fotoperiodismo 2.0 se descubrió que ya son varios los medios que abren posibilidades informativas a través de sus imágenes.

A continuación, se realizará un análisis referencial a tres páginas web de medios de prensa, una internacional, una nacional y la tercera local. Este tiene como objetivo identificar potencialidades y experiencias de estos en lo concerniente al fotorreportaje en la web. Se decidió examinar a los sitios www.nytimes.com, www.cubadebate.cu y www.ahora.cu, por su certera producción fotoperiodística, el manejo eficaz de las técnicas y herramientas del fotoperiodismo y específicamente el género fotorreportaje. .

www.nytimes.com

El diario estadounidense *The New York Times*, en su versión digital, fue uno de los pioneros en percibir esta tendencia y se convirtió en poco tiempo en un claro exponente de una eficaz comunicación del texto informativo visual. Como aspecto más significativo se aprecia sus aportaciones en relación a la hibridación y multimedialidad entre textos visuales de diferente naturaleza destacados en su *blog Lens*. Uno de sus proyectos

con mayor aceptación por parte del público, *One in 8 million*, aúna la imagen fotoperiodística con el audio buscando una nueva narrativa que nos presente de un modo eminentemente informativo cuestiones más bien atemporales.

Para algunos medios como nytimes.com la importancia concedida a las imágenes fotográficas en cuanto a su capacidad para articular relatos ha sido una tradición retomada de la versión impresa. El sitio web convirtió su sección *Photos* en el blog *Lens*, un espacio para presentar variados fotorreportajes y abundar también en el mundo de las imágenes fotográficas a partir de entrevistas a importantes editores, fotógrafos y diseñadores.

En el blog también se hace referencia de vez en cuando al buen periodismo gráfico realizado por otros periódicos, revistas y agencias informativas. En *Lens*, que se ha convertido en una comunidad de referencia para los amantes del fotoperiodismo y el periodismo visual, aparecen listados todos los fotógrafos del diario, con enlaces a sus respectivos trabajos.

Una de las características del periódico estadounidense es su apuesta por el fotoperiodismo. En este sentido, se ha consagrado como uno de los medios con más peso en el sector de la imagen gracias a sus estándares de calidad fotográfica. El hecho de que el blanco y negro sea aún una opción escogida por muchos fotógrafos para darle mayor dramatismo a su producto hace que este medio sea el más representativo de este tipo de fotografía.

En cuanto al formato de imagen, *The New York Times* muestra una mayor tendencia por el uso de fotografías con un tamaño mayor al de la media estándar. A través de ellas dispone de una fórmula más para resaltar su diferenciación entre noticias relevantes y el resto de unidades de contenido.

www.cubadebate.cu

Cubadebate es un sitio web cubano que se inauguró oficialmente el 5 de agosto de 2003 en el Centro de Prensa Internacional de La Habana. Con la premisa de combatir el terrorismo mediático, Cubadebate lleva varios años siendo el medio de prensa digital cubano más leído y con mayor participación de usuarios en la Isla. La constante actualización de sus contenidos, la existencia de una sección de fotorreportajes dentro

del sitio, así como la presencia de fotorreporteros dentro de su plantilla hacen que sea el medio de prensa nacional con mayor y mejor empleo de la fotografía web y en especial del fotorreportaje.

El diseño de Cubadebate atiende a los patrones de lectura de los usuarios en entornos hipermediales, donde la lectura vertical y a saltos, permite un primer acercamiento a la noticia. La imagen, los títulos llamativos, el subrayado de frases relevantes, son recursos de presentación tradicionales de los contenidos que se conjugan con otros elementos propios del periodismo hipermedia, como la inclusión de recursos multimediales como el video y los hipertextos, consustanciales al tejido de la web (Pérez, 2014).

La autora también afirma que en el medio se utilizan todos los géneros y subgéneros fotoperiodísticos abordados y, en mayor medida, la fotografía en la información, la foto noticia, así como el fotorreportaje corto y el profundo. De hecho, el fotorreportaje se ubica entre los materiales más consumidos por la audiencia del sitio.

La imagen también se convirtió en un elemento esencial en los canales de Cubadebate en las redes sociales, en particular, aquellas que se integran alrededor de la producción fotográfica. Esto ha propiciado la legitimación del medio tanto a nivel nacional como internacional, al punto de que la agencia *Associated Press* (AP), reconocida por sus altos estándares de fotografía, estableció un convenio de intercambio gráfico con el sitio en el año 2012.

El sitio tiene una sección fija de fotorreportaje que se actualiza de acuerdo a sus rutinas productivas y el material gráfico realizado por fotógrafos y periodistas del medio. De acuerdo con Juan Pablo Carreras, fotorreportero de la Agencia Cubana de Noticias (ACN), Cubadebate hace un buen manejo de la fotografía, con un tamaño adecuado y un uso acertado de los pies de fotos (Carreras, 2020).

Por otra parte, en entrevista realizada a la fotorreportera de Cubadebate, Leydi Irene Pérez se evidenció que existe una voluntad institucional a la hora de potenciar la fotografía como recurso gráfico dentro del sitio. La entrevistada explicó además que en la conformación de la agenda mediática se tiene bien en cuenta la fotografía, “a cada

periodista le es asignado un fotorreportero que lo acompaña a la cobertura, siempre nos ponemos de acuerdo y por las características de la noticia decidimos el tipo de foto o la necesidad de realizar otro recurso multimedia como el video. De forma general las ideas para los fotorreportajes surgen a partir de los debates en los consejos editoriales, aunque la mayoría de ellos forman parte de la iniciativa del fotorreportero”. (2020)

En un análisis referencial realizado al sitio se observó que en un período de ocho meses el género es usado con frecuencia, llegándose a publicar como promedio 15 fotorreportajes. Cumplen correctamente los parámetros básicos de la fotografía; dígame exposición, encuadre, ley de los tercios, ley del horizonte, etc. De acuerdo a los aspectos puntuales que caracterizan la fotografía de prensa, se puede mencionar que es acertado el uso de titulares, el pie de foto, crédito y el texto acompañante. Sobre este último aspecto cabe señalar que en muchas ocasiones es redactado por un periodista quien junto al fotógrafo conforman el equipo de trabajo. Otro aspecto a señalar es la apropiada utilización de los recursos hipermediales característicos del entorno web.

www.ahora.cu

El 28 de junio del año 2000 se pone a disposición de los usuarios el sitio web www.ahora.cu. Pero no es hasta el 2001 que se crea la redacción digital del semanario, lo cual permitió la inserción de profesionales dedicados solo a la gestión y producción de contenidos, que el sitio evolucionó desde la maquetación HTML, al FrontPage, al Dreamweaver y a la actualización vía ftp hasta la actual gestión mediante el CMS Joomla. El último reajuste y presentación del diseño de www.ahora.cu entró a la Red el 26 de diciembre del 2017, la que tiene como premisa la visualidad y la facilidad en la navegación.

En ese mismo año, el ¡ahora! asume el reto de una redacción integrada y el surgimiento de un Equipo Multimedia. La integralidad de la redacción dotó al sitio de una plantilla de tres fotorreporteros, los mismos que respondían al impreso. A partir de ese momento, la dirección del medio encarga un plan de producción mensual por fotorreportero.

En el [ahora.cu](http://www.ahora.cu) el género fotorreportaje se publica dentro de la sección Multimedia del sitio web, a la que se puede acceder desde la página principal. El apartado fotografía

desde la conformación del mencionado equipo, se integró a este como uno de los principales productores de contenidos para la sección. Se publican en su mayoría fotorreportajes de acontecimientos locales, y en menor grado, nacionales o extranjeros.

Para hacer el análisis referencial del sitio www.ahora.cu se tomó el mismo período de tiempo; mayo del 2019 a enero del 2020; que el utilizado para obtener la muestra a evaluar en el diagnóstico del sitio web www.aldia.cu, unidad de análisis de la presente investigación.

En consecuencia, con esto se determinó que el apartado Fotorreportajes se actualiza periódicamente en el sitio, con una frecuencia promedio de cuatro trabajos por mes, aunque existen meses en los que se han publicado ocho, como es el caso del mes de mayo del presente año.

Dentro de su sección aparecen trabajos de los fotorreporteros del medio, así como de sus colaboradores y profesionales de otras instituciones. Los temas más publicados recrean fundamentalmente acontecimientos políticos, culturales, sociales, deportivos y medioambientales.

En una observación realizada al sitio se detectó que la actualización es realizada aproximadamente de forma semanal, con un promedio de cuatro al mes. Al igual que Cubadebate, cumple correctamente los parámetros básicos de la fotografía; dígase exposición, encuadre, ley de los tercios y ley del horizonte. De acuerdo a los aspectos puntuales que caracterizan la fotografía de prensa, se puede mencionar que es acertado el uso de titulares, crédito y el texto acompañante.

El acercamiento referencial a estos sitios web, arrojó como resultado que se utiliza de forma adecuada de los elementos formales de la fotografía de prensa y puntualmente del fotorreportaje en la web. Además, significó la utilización de nuevas características a la hora de la realización y montaje de los fotorreportajes, como la introducción de elementos multimediales como el audio, elemento ausente en los medios digitales cubanos. Se apreció la aplicación de una variabilidad en el tamaño de las fotografías de acuerdo a importancia noticiosa. Además, se evidenció que la utilización de dispositivos móviles en la producción fotorreporteril, no atenta contra las buenas prácticas de esta profesión, si se usan adecuadamente.

2.2. Diagnóstico del sitio web www.aldia.cu

El sitio web de Televisión en Holguín www.aldia.cu surge el 14 de marzo del 2001 en medio del fervor de la Batalla de Ideas y en homenaje al día de la prensa en Cuba. Trabajada en Front Page y sin un servidor propio, en sus inicios era estática. Los trabajos eran enviados al Capitolio donde radicaba el servidor central y eran clasificados y posteriormente montados. Con el transcurso de los años se convirtió oficialmente en un sitio digital, en el que se reflejaban las principales informaciones transmitidas en el noticiario Al Día.

A petición del ICRT se encargó a los compañeros Mario Parra, subdirector de Información y Germán Santisteban, Jefe Técnico, asumir la tarea del sitio. A ellos se unía Fabio Ochoa, Máster en Marketing y Diseño (Moraga, 2012). Un factor importante era las condiciones materiales en las cuales se daba a luz aquel proyecto. Una PC conectada a Internet, una asistente de redacción y el propio Fabio Ochoa conformaron el equipo premier.

En ese momento había muy pocos sitios de noticias desde Cuba en Internet, de hecho, es el primer telecentro con su propio sitio. Existe un interés del país y la UPEC porque se gestionen contenidos que reflejen la realidad de Cuba desde experiencias locales y ofrezcan una visión de la obra de la Revolución lo más objetiva posible. Fidel personalmente estaba interesado en multiplicar esas fuentes periodísticas hacia el mundo, a partir de potenciar los recursos humanos disponibles e invertir en algún equipamiento básico de informática y comunicaciones.

Fue de vital importancia la apoyatura de la sección de edición Avid, donde se capturaban fotogramas para respaldar los trabajos periodísticos con fotografías, y teniendo en cuenta las limitadas posibilidades técnicas, ancho de banda mínimo y el lenguaje de programación que permitía un sitio estático, construido en un software relativamente elemental como el Front Page del paquete Office de Microsoft.

De acuerdo con Ochoa (2020) inicialmente se trabajan las versiones 1.1 y 1.2 en lenguaje HTML, estáticas, realizadas con la aplicación Front Page insertada entonces en el paquete de Microsoft Office y luego se pasa a otros lenguajes dinámicos, ante las exigencias del propio desarrollo tecnológico y editorial. Era un programa complicado a

la hora de realizar las actualizaciones del sitio. Primero había que conectarse al FTTP, luego pasar los ficheros de imagen y luego los textos. Más adelante se cambia el software que se utilizaba para hacer las actualizaciones del sitio por el PHP.

Desde un inicio siempre se asumió que un sitio de Televisión debía contener bastante fotografía en sus publicaciones para suplir la falta de video por las limitaciones tecnológicas acaecidas con del “Periodo Especial”. Se les pedía a los periodistas que varias capturas de fotogramas de los reportes que realizaban para los espacios del canal. Sobre la calidad de la fotografía el entrevistado continuó refiriendo que era alta en correspondencia con la que el equipo de camarógrafos producía habitualmente.

Las fotografías que se publicaban tenían más que nada intencionalidad informativa, más a lo descriptivo como ilustración del texto escrito. Por otra parte, las dimensiones de las imágenes siempre eran de tres por cuatro y en formato horizontal. Estas eran características de las pantallas de los televisores analógicos antiguos. La resolución era media sin competir con el espacio de la página, el uso más estandarizado entonces.

La página web en la actualidad se gestiona con el administrador de contenidos Joomla que es un CMS más noble para trabajar en tiempos donde el dinamismo prevalece. La versión del Joomla con la que se trabaja, se buscó a partir de los propios objetivos y exigencias de la página, teniendo en cuenta que es el sitio web de un canal de televisión, expresó Hirán Ricardo (2020), editor web del sitio.

El entrevistado refirió además que desde hace un tiempo la página web está concatenada con diversas redes sociales que gozan de popularidad entre los usuarios de la red de redes como Facebook, Twitter y recientemente en Instagram mediante las cuentas del Telecentro. Esto facilita una interrelación virtual con los usuarios, a la vez que enriquece la calidad del trabajo realizado en el medio de prensa mediante los comentarios y críticas sugeridos por los internautas.

En estas su publican contenidos de forma frecuente poniendo mayor énfasis en publicaciones relacionadas con el video y la fotografía. En los últimos años, tras el auge y alcance por parte de la población cubana, las redes sociales están revolucionando la manera de comunicarse y de publicar información; mientras se incorporan a las rutinas

productivas de los periodistas y cada vez más presentes en las actividades profesionales.

Con más de 18 000 seguidores y 15 702 *Me gusta*, la página de Facebook de Telecristal resulta una de las favoritas entre los medios prensa holguineros incorporados a esta red social. Fue el primero en hacerlo el 26 de septiembre del 2014, etapa durante la cual, los contenidos publicados en ella suelen estar relacionados con el acontecer noticioso de la provincia, información sobre diversos programas de la televisora y la divulgación de los materiales realizados por sus periodistas.

Asimismo, en la plataforma Twitter, la televisora se encuentra desde febrero del 2017, bajo el nombre de usuario @telecristaltv. Posee 2267 seguidores y más de 3 775 tweets publicados hasta la fecha, en los cuales se resume información de la actualidad provincial y nacional, así como otros contenidos de interés. En Instagram, en cambio, la incursión de Telecristal es más reciente – solo cinco meses de creada- y cuentan con 809 seguidores y 259 publicaciones entre fotografías y videos.

De forma general, el análisis reveló que existe un trabajo sistemático e intencionado desde las diferentes redes sociales. Se comparten los trabajos periodísticos, se les ofrece seguimiento a diversas informaciones y se potencia el intercambio con la teleaudiencia. Este es un aspecto fundamental cuando se habla de fotorreportaje web, debido al potencial mediático de las redes sociales en su difusión e interacción con el usuario.

Igualmente, el sitio presenta hipervínculos con el resto de las plataformas digitales del país, principalmente de medios provinciales y nacionales, desde la propia interfaz de la página. Presenta además diferentes prestaciones multimedia para los visitantes en cuanto a servicios de descargas de información, acceso a galerías de video, fotografías, actualización de contenido, y registro de usuarios.

Con 19 años de creado, el sitio no posee una plantilla de personal que trabaja directamente para él. Dos periodistas que pertenecen a la plantilla de la redacción deportiva fungen como informáticos, editores web, *community manager* y

fotorreporteros; acciones multifuncionales que atentan con el correcto manejo del mismo.

Hasta el momento de esta investigación el sitio web www.aldia.cu ocupaba en el Alexa Rank el puesto # 1.405.818 a nivel mundial y el número 82 dentro de la Isla. Con el objetivo de profundizar aún más en las características del sitio esta investigación aplicó algoritmos de posicionamiento; basado en criterios que incluyen datos de usabilidad, rendimiento y empleo de recursos multimedia.

La usabilidad permite una mayor velocidad y eficiencia en la realización de las tareas por parte del usuario, optimizando el rendimiento del sitio. Cabe señalar que el análisis arrojó datos significativos en cuanto a estos niveles en el sitio web www.aldia.cu. Catalogado de “excesivamente lento”, la velocidad de carga de del sitio es de aproximadamente siete segundos; cuando el tiempo máximo recomendado es alrededor de tres segundos. Por otra parte, se evidencia un gran tamaño de la página, con un peso de 3.85 MB. Ambos elementos afectan el número de visitas diarias, el posicionamiento y el rendimiento web.

La estructura interna del sitio web determina a la hora de crear y distribuir los contenidos. Las secciones que componen www.aldia.cu, 14 en total, facilitan la búsqueda; así como la organización de los recursos informativos. El sitio web, además, está adaptado a formato “*responsive*”. Teniendo en cuenta que la conectividad en la Isla se realiza fundamentalmente a través de datos móviles, este formato permite que la web sea visualizada en cualquier dispositivo. Otro de los elementos que favorece este tipo de vista es la tipografía y su tamaño.

Analizar el rendimiento de la web aporta resultados para trabajar en el mejoramiento del posicionamiento y visibilidad. Permitirá conocer mejor la audiencia y su perfil geográfico www.aldia.cu muestra el código de seguimiento de Google™ Analytics; lo que posibilita monitorear el tráfico, los canales de entrada, el tiempo medio de actividad, las páginas más y menos visitadas; así como los contenidos que más llaman la atención del público. Por constituir un medio de prensa provincial, se analizó el empleo de los elementos multimedia, valorando objetivamente la factibilidad de estos recursos

en cada uno de los materiales. Se llega a la conclusión de que el video es el recurso más empleado por el sitio, sin embargo; la infografía, el audio y la fotografía aún quedan rezagados.

El estudio determinó además que el tamaño de las imágenes empleadas, en su mayoría, es una agravante que atenta contra la rapidez de carga de una página web. www.aldia.cu muestra mal empleo de las proporciones de la imagen y de los textos alternativos o palabras claves. Estas últimas serán esenciales para la optimización del posicionamiento por lo que es importante elegir las correctamente de acuerdo a las palabras más utilizadas por tu audiencia. Como consecuencia, los motores de búsqueda entienden el contenido por lo que se recomienda una reducción de un 50% hasta un 80% del tamaño de las imágenes sin perder calidad, utilizando programas de edición como Photoshop, Pixelmator o PhotoScape.

Se propone además que las imágenes posean tonos cálidos de color en lugar de fríos, que los escenarios estén suficiente y adecuadamente iluminados y que no se utilicen imágenes borrosas ni tomadas con teléfonos móviles. Por último, que se adopte la resolución adecuada y el peso de las imágenes, teniendo en cuenta los diferentes dispositivos móviles con que se visita el sitio.

De conjunto a estos elementos, se debe añadir que el sitio hace una correcta titulación de sus trabajos, al entrar en el rango de entre 11 y 18 caracteres y un adecuado empleo de los enlaces internos. Sin embargo, como elemento negativo se suma una incorrecta metadescripción con 55 caracteres, la falta de *keywords* o palabras claves y la no existencia de un apartado para blog. Todo ello brindándole una puntuación SEO de 52, cifra mayor que 40, apuntando a una adecuada optimización del sitio.

Todo lo anterior descrito puede traducirse en que el sitio, aunque posee varios aspectos destacables en su gestión, presenta lagunas cognitivas en los encargados de gestionar la página web, relacionadas con las habilidades y herramientas para gestión de contenidos relacionados con el lenguaje hipermedia. A esto se le suma la no existencia de un informático que se encargue de la higienización y optimización de la página web.

2.2.1 El fotorreportaje en www.aldia.cu

De forma general se debe enfatizar que la versión del Joomla con la que se opera la página web ofrece excelentes bondades para la publicación de fotografías que contrastaran con la versión anterior. Dentro de sus ventajas destaca la posibilidad de publicar galerías de fotos y fotorreportajes desde cualquier destino donde se encuentren, con tan solo poseer una cuenta de usuario autorizada. Además, los lectores tienen la posibilidad de opinar sobre algunas de ellas.

Sin embargo, la no existencia en la plantilla del sitio, de un fotorreportero es una de las problemáticas que inciden en la elaboración de fotorreportajes en www.aldia.cu. Para erradicar un poco el déficit, Telecristal firmó contrato con la Agencia Cubana de Noticias (ACN) y así nutrirse de sus fotografías. Sin embargo, estas aún son insuficientes para mantener actualizada la sección de fotorreportajes del sitio.

Según Ricardo (2020), todos los administrativos del canal han elevado la problemática de la inexistencia de un fotorreportero para el sitio web, sin embargo, la respuesta del ICRT es que se debe transformar la plantilla y que aparezca ya concebida la redacción digital aparte de la redacción informativa del canal; cuestión no lograda hasta la actualidad.

La observación científica asumida por el investigador a través de una guía elaborada (**Anexo II**) permitió detectar que, en la reunión de reporteros o Consejo Editorial, aparte de orientar las afectaciones laborales para el informativo del telecentro, también se indica la necesaria colaboración de los periodistas con el sitio web. Por lo general, las rutinas productivas inciden en que los mismos trabajos audiovisuales del informativo sean volcados a la web, ya sea explícitamente o convirtiendo la imagen en texto. Similar ocurre con la producción fotoperiodística. Una revisión preliminar a los trabajos fotográficos del medio, detectó que en muchas ocasiones se realizan capturas de pantalla al video y se emplea como fotografía. Estas acciones atentan contra las características del periodismo hipermedia, además de la inmediatez y la actualidad noticiosa del sitio.

Aunque no se deja de reconocer el esfuerzo realizado por los profesionales de la prensa para garantizar la fotografía en el sitio; la falta de recursos tecnológicos y el escaso dominio de las técnicas fotográficas provocan que se demerite la calidad de las imágenes. En este sentido, es relevante mencionar además que predomina el texto en comparación con los recursos gráficos; y en el fotorreportaje se evidencia poco o nulo dominio de los recursos hipermediales.

Para profundizar aún más en las características formales y de contenido en el empleo del fotorreportaje en el sitio web www.aldia.cu esta investigación decidió plantear categorías de análisis que permitan conocer el comportamiento, general o individual, de los parámetros fotográficos. Cabe destacar que las categorías de análisis de los autores Betancourt (2013) y Sainz (2015) sirvieron de base para elaborar las propias de este estudio; sin embargo, por las características objetivas y funcionales del medio de prensa, algunos niveles, fueron descartados o incluidos. Con este fin también se realizó la triangulación de métodos y fuentes, los que permitieron llegar a respuestas más concluyentes relacionadas con el uso del fotorreportaje en el sitio web.

Presentación y Operacionalización de las categorías de análisis

La primera parte de la plantilla del análisis de contenido ofrece datos generales de la muestra para delimitar las unidades de análisis. Inician con la letra A seguida de un número único consecutivo (A1, A2,) y comprende los siguientes aspectos.... (**ANEXO III**)

Generalidades del fotorreportaje

A1: Título: ayuda en la organización de los contenidos a la hora del análisis y su organización en tablas mediante el uso de método estadístico.

A2: Cantidad de fotografías: propicia un índice general acerca del total de imágenes contenidas en los fotorreportajes para posteriormente arribar a un porcentaje de la muestra y otros datos de interés.

A3: Temática: tópicos de contenido, las clasificaciones más empleadas en los medios de prensa nacionales.

A4: Tipo de Fotorreportajes: tipología del fotorreportaje según su extensión. La clasificación del fotorreportaje se define por las consideraciones del investigador Ulises Castellanos en su Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones (2008, s/p).

A5: Fotografías de fuentes profesionales: para conocer la autoría profesional o no profesional de los fotorreportajes, así como el redactor fotográfico y el redactor de texto

Nivel pragmático de la técnica fotográfica: Contiene lo relacionado con la calidad lumínica y resolutive visual de la imagen resultado de su proceso de formación técnico.

En la fotografía de prensa, la aplicación adecuada de resolución, exposición y selección óptica favorece la legitimidad visual y la retórica del mensaje gráfico. Al realizarse una fotografía, para que todos sus datos informativos sean eficientes y eficaces en el proceso informativo periodístico, estos deben ostentar calidad electrónica tangible óptima; entiéndase resolución, exposición adecuada y un uso asertivo de la focal en función del contexto noticioso. Acoge las dimensiones Calidad de la imagen fotográfica y Dispositivo técnico fotográfico, desde las variables Resolución, Exposición, y Focal, respectivamente.

1. Calidad de la imagen fotográfica: Estado físico electrónico visual fotográfico.

V1: Resolución: Calidad visual de una fotografía digital –nitidez y definición- manifiesta en la presencia de píxeles visibles o no, relacionados con los puntos por pulgadas (ppp) distribuidos de forma geométrica sobre la superficie de una fotografía.

X: Resolución óptima: Consistencia visual de los píxeles, no visibles a simple vista, con buena nitidez y poder resolutivo.

Y: Resolución deficiente: Píxeles visibles (observables en bordes), con falta de nitidez o definición.

V2: Nitidez: La claridad de los detalles de una fotografía donde interviene un buen enfoque del objetivo y disponer de una buena iluminación.

X: en foco: si la luz de los puntos del objeto es convergida lo más posible en la imagen

Y: desenfocada: si la luz no es bien convergida.

V3: Exposición: Calidad lumínica y cromática con adecuada saturación, resultado de la correlación diafragma-velocidad, mayormente.

Una foto correctamente expuesta debe tener un balance lumínico que refleje la escena noticiosa tal y como las personas la perciben en la vida real. Un desbalance sustancial conduce a una reproducción fotográfica inadecuada.

X: Bien expuesta: Calidad lumínica adecuada, sin zonas de altas o bajas luces con detalles visibles en ellas; representación gráfica cercana a su percepción real.

Y: Mal expuesta (Subexpuesta o sobre-expuesta): Presencia generalizada de luces bajas o altas, respectivamente; fotografía iluminada deficiente o excesivamente: oscura o con demasiada luz.

Nivel sintáctico compositivo: Contiene los aspectos del encuadre y la composición fotográfica.

Acoge el contenido y relaciones espaciales de la escena noticiosa, que conforman la estructura interna de la fotografía. Aborda la inclusión y disposición de los elementos gráficos informativos para favorecer la eficacia de la fotografía documental periodística dándole importancia a lo más significativo. Se informa a partir del encuadre y la composición. Aporta estética al diseño de la página periodística. Propicia el gancho gráfico del periodismo.

3. Encuadre: Alto por el ancho o espacio bidimensional de la realidad fotografiada de la escena noticiosa cubierta por el visor y fijada en el fotograma rectangular. Incluye el formato, el plano y el punto de vista (Monje 1992).

V4: Formato: Disposición rectangular de la imagen fotográfica en alto por ancho. Puede ser horizontal, más ancho que alto; o vertical: más alto que ancho.

X: Horizontal o vertical intencional: Uso ex profeso para significar o potenciar la información gráfica.

Y: Horizontal o vertical convencional: Uso convencional para formato vertical u horizontal.

V5: Planos: Dimensión escalar alto por ancho abarcada.

Divididos en planos de ubicación y de expresión, interesan así para el análisis de contenido, y específicamente en el uso intencional o convencional, acorde al tamaño del sujeto fotográfico o de la escena cubierta. Determinan el contexto visual. En prensa fotográfica, la cercanía en el plano influye en la emotividad, la identificación o en el distanciamiento psicológico; la lejanía, en mostrar los atributos generales o el panorama general de una escena informativa.

X: Planos intencionales de ubicación o de expresión: Empleo creativo y sugestivo de los planos.

Y: Planos convencionales de ubicación o de expresión: Empleo no sugestivo o intencional.

V6: Puntos de vista: Posición desde la que se realiza la foto con respecto al objeto fotografiado.

El punto de vista físico en el fotoperiodismo responde a una determinada manera de mirar, e implica una relación entre elementos materiales e inmateriales, presentes y ausentes en la propia representación. La elección de la altura de la toma, la anulación de la cámara, ayuda a connotar incluso, la posición editorial de un medio de prensa.

X: Picado: es una angulación oblicua de la cámara, la cual se coloca mirando hacia abajo, sobre la escena, en un ángulo aproximado de 45° o más.

Y: Contrapicado: Angulación oblicua inferior de la cámara, se coloca de abajo hacia arriba. Esta angulación sirve para transmitir una situación de control, poder, grandeza y seguridad.

4. Composición: Relación espacial significativa entre los elementos informativos gráficos de la fotografía.

Las normas o principios de la composición fotoperiodística, con independencia del grado de figuración, ayudan en la claridad informativa para una óptima representación de un hecho noticioso.

V7: Tipo de enfoque: Ubicación del motivo en el tercio horizontal o vertical según esta Ley, al dividir el fotograma en tres partes iguales, en horizontal y en vertical, a través de líneas paralelas equidistantes, tomando como referencia los límites horizontal y vertical.

X: Aplicada: Uso correcto, motivo principal colocado acorde a esta ley.

Y: No aplicada: Uso incorrecto con motivo fuera del área de los tercios.

V8: Ley de los Tercios: Ubicación del motivo en el tercio horizontal o vertical según esta ley, al dividir el fotograma en tres partes iguales, en horizontal y en vertical, a través de líneas paralelas equidistantes, tomando como referencia los límites horizontal y vertical.

X: Aplicada: Uso correcto, motivo principal colocado acorde a esta ley.

Y: No aplicada: Uso incorrecto con motivo fuera del área de los tercios.

V9: Luz: Tipo de iluminación usada en la realización de la fotografía: luz natural o artificial.

La iluminación natural influye en el realismo de la fotografía de prensa. En fotoperiodismo el uso indebido del flash puede afear la fotografía o romper la espontaneidad.

X: Natural: Fuentes lumínicas provenientes de la naturaleza.

Y: Artificial: Fuentes lumínicas no provenientes de la naturaleza.

Nivel lingüístico: En este caso se refiere a la presencia del pie de foto que acompaña a la fotografía de prensa y al crédito incluido.

El pie de foto en específico, evita la polisemia en la lectura de las fotografías periodísticas; ancla las informaciones al sentido y a las intenciones. La inclusión del crédito entre sus elementos asegura la procedencia, la objetividad y realismo. Este nivel omite los problemas de redacción o estilo al igual que los de normatividad.

5. Textual: Refiere solamente la existencia o no del pie de foto y el crédito.

V10: Pie de foto: Escrito o leyenda en apoyo a la fotografía, incluida contigua a la imagen.

La fotografía informativa necesita de la estructura textual para su correcta interpretación y para dotarse de sentido informativo.

X: Presente: Tiene.

Y: Ausente: No tiene.

V11: Crédito: Reconocimiento a la autoría o procedencia de la fotografía.

X: Presente: Tiene.

Y: Ausente: No tiene.

V12: Recursos Hipermedia: conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar o componer contenidos que integren soportes tales como: texto, imagen, video, audio, mapas y otros soportes de información emergentes, de tal modo que el resultado obtenido, además, tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios.

X: Hipertextualidad (Hip): es la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí, en todos sus formatos posibles, tanto escrito como audiovisual. (Salaverría; 2005).

Y: Interactividad (Int): es la posibilidad de que el usuario interaccione con la información que le presenta el cibermedio (Salaverría; 2005).

Z: Multimedialidad (Mult) 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).

Resultados del análisis fotográfico

Para completar la triangulación de los métodos y fuentes fue necesario la realización de un análisis de contenido, a través de los aspectos referidos anteriormente recogidos, aplicado a 9 fotorreportajes del sitio web www.aldia.cu, donde se analizaron además un total de 122 fotografías. La muestra utilizada para realizar el estudio se sitúa en un

periodo de ocho meses, etapa durante la cual se efectuaron fotorreportajes con temáticas variadas. A sabiendas de que el periodo estudiado resulta suficiente para identificar y evaluar las tendencias y comportamiento, por la exigua presencia de materiales de este tipo, se estableció el propósito de elaborar una serie de fotorreportajes para este sitio web.

Cabe destacar que del total de fotorreportajes, el 40% de ellos fueron colaboración de un fotorreportero de la Agencia Cubana de Noticia (ACN); el resto elaborado por periodistas y editores del sitio utilizando sus dispositivos móviles o cámaras no profesionales para la obtención de las fotografías. De forma general el análisis arrojó los siguientes resultados:

La muestra utilizada abarca como periodo de tiempo de ocho meses, existiendo una producción no planificada. Se detectaron meses en los que se publicaron hasta tres fotorreportajes, mientras que en otros no fue realizado ninguno. De forma general, se considera que la elaboración de fotorreportajes es escasa si se tiene en cuenta las irregularidades en las publicaciones y el número de fotorreportajes publicados en el periodo analizado.

De igual forma se detectó que el promedio general de fotos por fotorreportajes (**A2**) es de 9; el mayor de ellos con un total de 20 fotografías y el menor de 8. Por la clasificación de los fotorreportajes 8 de ellos son considerados largos y solo uno corto. Según los criterios de expertos en cuanto al número máximo de imágenes (12), cuatro de los publicados en el sitio se exceden.

En cuanto a los autores de los fotorreportajes (**A5**), cabe destacar que concurren fotógrafos profesionales y aficionados; entiéndase por aficionados aquellos cuyo principal perfil laboral es diferente al del fotoperiodista. Tres de ellos pertenecen al fotorreportero de la Agencia Cubana de Noticias, Juan Pablo Carreras, mientras que el resto son de la autoría de periodistas del telecentro y editores del sitio web. Cabe destacar que los fotorreportajes de Carreras presentan gran calidad en la fotografía, evidenciando gran dominio de los elementos formales. Sin embargo, los elaborados por los aficionados muestran problemas en el encuadre, la luz, las leyes de los tercios,

entre otros problemas. De forma general, casi todos los fotorreportajes aficionados fueron tomados con dispositivos móviles con cámaras de poca resolución.

El estudio del formato **(V 4)** evidencia privilegio hacia el tratamiento del tipo horizontal, aunque se evidencian algunas fotografías del tipo vertical. La contradicción con respecto al empleo del tipo de formato vertical, sumando en total 37 fotografías, está dada en el aumento de las proporciones y la dificultad a la hora de consumirlas en un dispositivo móvil. Aunque algunas veces, los formatos verticales son utilizados para lograr profundidad y dinámica de los fotogramas, en el caso del fotorreportaje “Buscándote en la ciudad” el formato fue empleado incorrectamente 13 veces.

La utilización de los planos **(V 5)** intencionales de expresión y ubicación resultan pocos, aun cuando debe existir una variedad que dote al fotorreportaje de atractivo visual. La incorrecta utilización de la Ley de los Tercios **(V 8)** condujo en 43 fotografías a la pérdida de la idea central. En solo tres fotorreportajes se aplicó correctamente esta ley, acción que demuestra el desconocimiento de una ley básica para la fotografía. En todos los fotorreportajes existió un predominio en el empleo de la luz **(V 9)** natural, con un total de 110 fotografías que así lo muestra.

El texto en el fotorreportaje cumple una función complementaria, pero a su vez necesaria, pues en muchas ocasiones las fotografías no transmiten todo lo necesario como para que el mensaje sea entendido. En palabras de Ricardo (2020), “aunque el periodista entregue 15 o 20 fotos que pueden ser las mejores del mundo si no envía un pequeño texto con una información general del trabajo, al consumidor le va a faltar algo”. “Al igual que el texto complementario es importante el uso del pie de foto pues él sirve para caracterizar, ubicar o denotar algo que a simple vista no se expresa en la foto”, continuó afirmando el entrevistado.

Su consideración sobre este último aspecto no se evidencia con el análisis realizado, el que arrojó el 100% de los fotorreportajes no presentan pie de foto **(V 10)**, mientras que la mayoría posee presencia del crédito del autor **(V 11)** existen solo tres que no lo presentan. De forma general, todos los fotorreportajes poseen por defecto la

misma secuencia o sintaxis: encabezados por el titular, crédito, fotografía, y el texto más la serie de imágenes, una detrás de la otra en orden descendente.

“Cuando usted incorpora a su fotorreportaje elementos del lenguaje hipermedia, el trabajo tiene una mayor integralidad, es más atrayente para la persona que acceda a la página” (Ricardo, 2020). Sobre este particular Carreras (2020) mencionó, “de los recursos de la web la interactividad es el que más te puede beneficiar en el uso del fotorreportaje, pues se está hablando de un género propiamente fotográfico, no de un género audiovisual. De la hipertextualidad se puede usar en una referencia necesaria, tiene que ser muy puntual”.

Sobre este último elemento hipermedial mencionado por el entrevistado, el investigador considera que pudiera ser más explotado pues no es complicado interconectar diversos textos digitales entre sí. Cubadebate es uno de los pocos sitios en Cuba que utiliza correctamente los elementos hipermediales, además los usa en función del género en cuestión.

Se puede afirmar entonces que los elementos del lenguaje hipermedia son escasos o nulos en los fotorreportajes analizados del sitio www.aldia.cu. La interactividad es el único elemento presente y es escasa pues son pocos los usuarios que comentan y comparten.

A raíz de lo antes planteado se debe decir que existen dificultades relacionadas con la utilización de los formatos de la imagen para la web teniendo en cuenta la tendencia actual de producir fotografías con formato horizontal, a esto se suma un incorrecto uso de elementos acompañantes del género como pie de foto y crédito. Se observó que existe una preferencia a publicar un conjunto desordenado de imágenes que muchas veces no garantizan un mensaje eficaz a los usuarios. También es importante aludir que los fotorreportajes que se publican en su mayoría no cumplen con los requerimientos propios del género.

Luego del análisis, esta investigación recomienda que; teniendo en cuenta las características objetivas del sitio, la actualización de la sección fotorreportajes sea dos por mes. En opinión de Aliuvan Moreira, Jefe del Grupo de Prensa del canal, el

desinterés por el género es el principal factor por el que no se realiza mayor cantidad de fotorreportajes para el sitio, “ya todos tenemos teléfonos inteligentes con datos y buenas características de acuerdo a las tecnologías de hoy”. (2020).

A pesar que el periodismo móvil se vuelve tendencia a nivel mundial, se recomienda tener en cuenta las características y prestaciones de los dispositivos móviles que utilizan los periodistas del Telecentro para colaborar con el sitio, ya que muchas de las fotografías no poseen la calidad mínima indispensable requerida para la web. Se exhorta, además, al incremento de la diversidad temática para satisfacer intereses del público y ampliar el campo profesional del fotorreportero.

De esta misma manera, se recomienda respetar la inserción del pie de foto para consolidar y fomentar su fin informativo inherente al fotorreportaje, exigiendo a los aficionados su redacción y entrega. Además, se sugiere crear una plantilla de fotorreportero para el sitio; de no ser posible se recomienda que la dirección del canal solicite al Departamento de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de Holguín un curso de superación que aborde los atributos técnicos y estéticos de la fotografía de prensa digital con énfasis en el fotorreportaje web. Los resultados del análisis de contenido se encuentran detallados y operacionalizados en una tabla **(ANEXO IV)**.

2.3 Propuesta de una serie de fotorreportajes para el sitio web www.aldia.cu

Una vez diagnosticado el sitio web www.aldia.cu e identificado los principales problemas que atentan contra la elaboración del fotorreportaje en él, esta investigación elaboró una serie de materiales que pretenden favorecer la actualización de la sección reflejando temáticas de interés local y provincial, además de mostrar el uso eficaz de los atributos estético-mediáticos del género para incrementar su nivel informativo y elevar su calidad visual.

Para la realización, se consideraron los criterios de académicos, especialistas, periodistas, fotorreporteros y editores web consultados. Se tuvieron en cuenta, además, deficiencias detectadas durante la aplicación del análisis de contenido. Los fotorreportajes realizados deben contribuir a suplir carencias además de servir de guía

para perfeccionar la práctica y a elevar la calidad del tratamiento del género en cuestión.

Asimismo, el resultado positivo y la toma de decisiones dependerá del interés personal de periodistas, editores web y directivos del medio, así como del rol que le corresponde a cada uno de ellos para llevar a cabo la aplicación y evaluación de las acciones a favor del rescate del fotorreportaje en el sitio web www.aldia.cu.

Cabe destacar que la elaboración de los fotorreportajes, aporte de esta investigación, son el resultado de un amplio análisis de contenido y una observación preliminar que evidenció una escasa producción del género con problemas en el dominio de los elementos formales de la fotografía de prensa, además una insuficiente representación de temáticas relacionadas con los municipios que conforman la provincia.

Con el objetivo de demostrar la posibilidad de crear contenidos fotográficos de calidad, sin importar las disponibilidades tecnológicas, esta investigación decidió elaborar un fotorreportaje con un dispositivo móvil; atendiendo a que; la mayoría de los trabajos analizados en el sitio web se realizaron con dispositivos móviles. El segundo de ellos fue tomado con una cámara fotográfica no profesional y el tercero con una que sí lo era.

Es importante recalcar que por la situación higiénica epidemiológica que atraviesa el país y la provincia, producto a la Covid-19, esta investigación propone solo tres fotorreportajes de temática variada, los cuales surtirán como propuesta y entregados en la redacción digital del telecentro, para su posterior publicación. Cabe señalar que, por la situación antes descrita, poseen como elemento en común la atemporalidad de los mismos.

En este sentido, el Fotorreportaje corto fue la esencia de la producción. Elegido por su capacidad de entremezclar la narración y la descripción, para relatar progresivamente la complejidad de los fenómenos sociales de actualidad. Al igual que el fotorreportaje largo, se siguieron pasos de planeación que permitieron lograr un resultado final satisfactorio.

De forma general, los materiales elaborados muestran a la provincia más allá de su municipio cabecera. Teniendo en cuenta que el sitio web responde a las necesidades informativas de un telecentro provincial, esta investigación buscó una representatividad

geográfica intermunicipal; representando el acontecer de los municipios Rafael Freyre y Mayarí.

Para ello se tuvo en cuenta el abordaje fundamentalmente de temáticas poco empeladas por los fotorreportajes del sitio. La histórica como elemento esencial en la construcción de la identidad provincial, rozando elementos patrimoniales que permiten reflexionar sobre el cuidado y conservación de la arquitectura; así como la ambiental destacan entre ellas. En cada fotorreportaje se utilizaron de 6 a 11 fotografías aproximadamente.

El primero de los fotorreportajes estuvo dedicado al poblado de Santa Lucía, surgido dentro del hato de Bariay, allá por el año 1700. A partir de este momento comienza un florecimiento económico en la región, relacionada esencialmente a la explotación de la caña de azúcar. Fue en 1880 cuando el pueblo tomó el nombre actual, año en que se inicia la construcción del ferrocarril de vía estrecha; utilizado para el acarreo de caña de las plantaciones circundantes hacia la naciente industria azucarera cuya tecnología era de las más modernas de la época. Se ampliaron los negocios de la familia con un número mayor de actividades económicas, como la tenería, los tejares y alambiques. En la actualidad, la industria azucarera ya no constituye el principal sustento económico del poblado. Sin embargo, Santa Lucía mantiene el recuerdo en ruinas de su antiguo central; además de conservar su iglesia, museo y cine.

1. “Santa Lucía: la historia no contada” (ANEXO VI)

Objetivo comunicativo: Evidenciar los valores históricos y patrimoniales de la arquitectura del poblado Santa Lucía, del Municipio Rafael Freyre.

Tema: Los valores históricos y patrimoniales de la arquitectura del poblado Santa Lucía del Municipio Rafael Freyre.

Cantidad de fotografías: diez

Temática: histórico-patrimonial

Tipo de fotorreportaje: corto

Como elemento general en la elaboración del fotorreportaje se puede afirmar que se siguieron varios pasos de conformación. Previamente a la elaboración de la imagen,

ocurrió un proceso de planificación e investigación donde se materializó la idea de escoger al poblado de Santa Lucía como eje principal de la historia; dado al poco conocimiento de sus valores arquitectónicos-patrimoniales.

Luego de ello, y con el objetivo de obtener y contrastar fuentes de información fiables, sobre el surgimiento y el desarrollo histórico del poblado, se estudió y analizó el material. Todos estos elementos facilitaron la posterior descripción de las imágenes. Realizados estos pasos, se procedió a la captura de las fotografías. En el poblado de Santa Lucía se puso en práctica los conocimientos compositivos desde el punto de vista personal para lograr transmitir la historia arquitectónica en imágenes; pasando luego al proceso de edición y montaje. Fueron seleccionadas del conjunto primario, y perfeccionadas, nueve fotografías en total.

Dentro de las generalidades estético-mediáticos del fotorreportaje “**Santa Lucía...**”, se evidencia que no es necesario la utilización de una cámara profesional para elaborar fotorreportajes de calidad. Con el objetivo de mostrar a los colaboradores del medio que sí se puede, está investigación probó con un dispositivo móvil marca iPhone. Los parámetros se balancearon de la siguiente forma resolución de 72 ppp, profundidad de bits 24, punto focal de 2.4 y una distancia focal de 4 milímetros. De forma general y, de acuerdo a las nuevas narrativas móviles, los parámetros tuvieron un comportamiento favorable y la calidad de la imagen se considera aceptable para ser usada en el entorno web. Además, las fotografías que componen el fotorreportaje presentan una correcta exposición fotográfica y una buena composición.

En el fotorreportaje se notó el privilegio hacia el tratamiento del formato horizontal, en su totalidad. Utilizado, fundamentalmente, por brindar sensación de amplitud a la escena y constituir formato ideal para la publicación web. La temática en cuestión, dotada de paisajes y estructuras arquitectónicas de grandes diámetros ameritaba de este tipo de formatos.

De forma general se buscó un balance en la imagen, donde los planos predominantes responden a la categoría de convencionales de expresión y ubicación. Por no existir presencia de factor humano en las fotografías, además de la rigidez y fuerza que brindan, las construcciones y los carteles hicieron que el autor se decidiera por ellos.

Por otra parte, se cumplió a cabalidad con la Ley Tercios y la Ley del horizonte fundamentalmente. Por constituir dos de las leyes fundamentales de la fotografía, su aplicación resultó vital para no perder la idea central.

A pesar de que todas las fotografías del presente fotorreportaje fueron tomadas con un dispositivo móvil, no fue necesario el empleo de ningún tipo de luz artificial.; la luz natural dotó a la imagen de frescor visual y nitidez.

El 100% de las fotografías presentan pie de foto. Por la importancia que representa el acompañamiento de la imagen por el pie de foto, esta investigación determinó incluirla a las nueve fotografías. Este elemento fue elaborado como un tipo de texto explicativo con un tamaño máximo de dos líneas. Cada pie de foto fue capaz de responder, al menos tres preguntas clásicas del periodismo, y brindaron elementos como nombre, ubicación o creación.

Para la elaboración del segundo fotorreportaje, el autor se dirigió hasta la comunidad de Pueblo Nuevo, en Pinares de Mayarí a 900 metros sobre el nivel del mar. Allí la población de la montaña se conjugaba armónicamente para mostrar la vida en ella. Desde la visita a las alturas se conoció del equipo de pelota femenino que representa al poblado en topes intermunicipales y que ha ganado disímiles torneos. Además, se conoció de las peripecias de varios de sus habitantes para alcanzar la cima de un palo encebado, competición tradicional de la montaña y se constató el buen trabajo realizado por los promotores culturales y deportivos de la zona para fomentar el sano esparcimiento.

2. “Deporte y cultura en la montaña” (ANEXO VII)

Objetivo comunicativo: Mostrar el desarrollo deportivo-cultural de los habitantes de la montaña.

Tema: El desarrollo deportivo-cultural de los habitantes de la montaña, específicamente de Pueblo Nuevo, Pinares de Mayarí.

Cantidad de fotografías: siete

Temática: deportivo-cultural

Tipo de fotoreportaje: corto

Al igual que el fotorreportaje anterior, se siguieron varios pasos para lograr el resultado final. Previamente a la elaboración de la imagen, ocurrió un proceso de planificación e investigación donde se materializó la idea de escoger al poblado Pueblo Nuevo en Pinares de Mayarí como centro del fotorreportaje. Además, se coordinó con anterioridad detalles de la visita para lograr la máxima representación del talento artístico local.

Luego de ello se procedió a la elaboración de las imágenes. En el poblado se intentó captar, a través del lente, la realidad social de sus habitantes, con énfasis en sus logros deportivos y culturales. El proceso de edición y montaje permitió la selección y perfeccionamiento de siete del total de las fotografías tomadas. Dentro de las generalidades estético-mediáticas de las fotografías que conforman el fotorreportaje, se puede afirmar que fueron captadas con una cámara fotográfica no profesional.

A pesar de las características peculiares de la cámara fotográfica con que se capturaron las imágenes, **“Deporte y cultura en la montaña”**, evidencia una correcta exposición fotográfica. En todas las imágenes se aprovechó la luz natural como elemento favorable; notándose el privilegio hacia el tratamiento del formato horizontal. De forma general se buscó un balance en la imagen, donde los planos predominantes responden a la categoría de convencionales de expresión y ubicación.

Por otra parte, se trató de cumplir íntegramente con la Ley de los Tercios y la Ley del Horizonte, como elementos esenciales para no perder la idea central, mientras el 100% de las fotografías del fotorreportaje presentan pie de foto. Por la importancia que reviste el acompañamiento de la imagen por el pie de foto, esta investigación determinó incluirla a las siete fotografías. El mismo fue elaborado como un tipo texto explicativo con un tamaño máximo de dos líneas.

Para la elaboración del tercer fotorreportaje se eligió a la naturaleza como centro de inspiración. El ser humano, a medida que se desarrolla destruye las áreas naturales del planeta; por ende, se está extinguiendo especies de plantas y animales. Tarea Vida es un plan del Estado para el enfrentamiento al cambio climático que plantea como tarea dirigir la reforestación hacia la máxima protección de los suelos y las aguas sin perder de vista la conservación de las especies en peligro de extinción. Por la repercusión que genera en el ser humano, el deterioro del medio ambiente, se hace necesario fomentar

la producción periodística respecto al tema, con énfasis en el género fotorreportaje. Las imágenes son capaces de mostrar las potencialidades que tienen estas dos actividades en el Plan Turquino holguinero, las que gozan alta popularidad dentro de sus habitantes.

3. “Bellezas naturales” (Anexo VIII)

Objetivo comunicativo: Concientizar a la población sobre la importancia del cuidado de la naturaleza.

Tema: El cuidado y protección de la naturaleza

Cantidad de fotografías: seis

Temática: medioambiental

Tipo de fotorreportaje: corto

Durante la elaboración del presente fotorreportaje, al igual que en los anteriores, fueron seguidos pasos para su conformación. Previamente a la elaboración de la imagen, ocurrió un proceso de planificación e investigación donde se materializó la idea de escoger a la naturaleza como eje temático. Luego de ello, y con el objetivo de obtener y contrastar fuentes de información fiables sobre el cuidado de la naturaleza a lo largo del territorio holguinero, se procedió a la elaboración de las imágenes. En el recorrido se trató de reflejar la realidad natural de la provincia.

Durante el proceso de edición y montaje se seleccionaron y perfeccionaron seis fotografías en total. Dentro de las generalidades estético-mediáticas de las fotografías que conforman el fotorreportaje “**Bellezas naturales**”, se evidencia una correcta exposición fotográfica.

Este último material presenta la peculiaridad de haber sido tomado con una cámara fotográfica de tipo profesional. Sin embargo, se trató de nivelar la calidad de las imágenes, teniendo en cuenta las características de las anteriores. Al igual que en los fotorreportajes previos, existe un privilegio hacia el tratamiento del formato horizontal, en su totalidad.

De forma general, se buscó un balance en la imagen donde los planos predominantes responden a la categoría de convencionales de expresión y ubicación. Cabe señalar que, con el objetivo de brindar mayor expresividad a la fotografía, además de atractivo visual se presenta un desenfoque.

Por su parte, se trató de cumplir a cabalidad con la Ley Tercios y La Ley del Horizonte. En todas las fotografías fue empleada la luz natural y el 100% de las fotografías del fotorreportaje presentan pie de foto. Por la importancia que representa el acompañamiento de la imagen por el pie de foto, esta investigación determinó incluirla a las siete fotografías.

De forma general, los fotorreportajes fueron elaborados con el fin de aumentar la cifra de producción del género en el sitio, además de demostrar que su calidad no está dada por los recursos tecnológicos. La utilización de tres dispositivos diferentes demuestra que la tecnología, no es la dificultad. El escaso o nulo dominio de las leyes básicas de la fotografía y de atributos técnicos-estéticos del fotorreportaje, aparejado a la desmotivación de los colaboradores del sitio para la elaboración de este género constituyen esencialmente los problemas.

CONCLUSIONES

- ❖ Existen carencias en las investigaciones de fotografía de prensa digital, a pesar del reclamo de una educación fotoperiodística más completa, evidente en las deficiencias de la academia para enseñar fotografía, así como a la falta de una posición crítica e investigativa en torno al desarrollo actual del fotoperiodismo.
- ❖ Se observan lagunas teórico-prácticas en la elaboración del fotorreportaje, tanto en autores profesionales como no profesionales y editores, evidenciados en el tratamiento de las características formales del género en el sitio.
- ❖ El fotorreportaje en el sitio web www.aldia.cu es escaso o nulo.
- ❖ Se apreció el erróneo dominio de los elementos formales que caracterizan el género en cuestión, así como una ausencia evidente de los elementos hipermediales en la producción y montaje de fotorreportajes para la web.
- ❖ Se propone una serie de fotorreportajes realizados a partir de la correcta aplicación de las características formales y de contenido del género que sirven como ejemplo para su producción sistemática.

RECOMENDACIONES

A Telecristal y la redacción digital del sitio:

- ❖ Tomar como ejemplo los fotorreportajes propuestos para la realización de futuros trabajos con el género.
- ❖ Realizar estudios de calidad en el telecentro Telecristal y por ende a su página web www.aldia.cu.
- ❖ Modificar la plantilla de la página web para que se establezca la plaza de fotorreportero, persona que se encargaría directamente de los contenidos fotoperiodísticos del sitio.
- ❖ Crear una estrategia editorial para la página web que dirija la producción eficaz del género fotorreportaje.

A la carrera de periodismo de la Universidad de Holguín y la UPEC

- ❖ Crear planes de capacitación para periodistas del Telecentro y editores web del sitio, en suplir lagunas cognitivas sobre el género.
- ❖ Suscitar investigaciones sobre los elementos formales, técnicos y estilísticos, del fotorreportaje en la web.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, C. (1993) La fotografía periodística: Una aproximación teórico-práctica de la Universidad de la Laguna. Tenerife, Islas Canarias, España, Recuperado de: www.ull.es/publicaciones/latinas/a1999adi/01abreu2.html
- Abreu, C. (1999) El mensaje fotográfico [Intenet], Recuperado de: <http://www.geocites.com/nomfalso>
- Álvarez, Z. (2013): La fotografía de prensa y su empleo en el sitio www.ahora.cu. Tesis de diploma. Universidad de Holguín, Cuba.
- Alonso, M y Mantilla, L (1990) Imágenes en acción. Ediciones ALKAL, Madrid, España.
- Alonso, M y Saladrigas, H (2002). Para investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica. Editorial Félix Varela: La Habana.
- Baeza, P. (2001): Por una función crítica de la fotografía de prensa. Barcelona: Gustavo Gili, S.L.
- Bañuelos, J. (2006). "Imagen, verdad y realidad. Retos de la imagen informativa contemporánea", conferencia presentada en el Congreso CID (sexta conferencia bienal de fotoperiodismo), julio-agosto 2006. México D.F.
- Baran, L. (1988). Fotoperiodismo: formas y códigos.
- Barthes, R. (1986): El mensaje fotográfico, en Lo Obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces. Barcelona, Paidós.
- Betancourt, A. (2013): La fotografía documental periodística para la comunicación social. Tesis de maestría. Universidad de Holguín, Cuba.
- Boloix, E (2019) Los periódicos generalistas españoles y catalanes en Instagram. Tesis Fin de Grado. Universidad de Abat Oliva CEU, Recuperado de: <https://www.recercat.cat/handle/2072/367642>

- Bustos, A (s/f): Tutorial de Fotorreportaje. Recuperado de: <http://www.alfonsobustos.com/tutoriales/pdfs/TUTORIAL%20de%20fotoreportaje.pdf>.
- Canavilhas, J. (2007). "Webnoticia: Propuesta para Modelo Periodístico para la www". Tesis de Doctorado. Universidad de Salamanca Recuperado de: <https://labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/canavilhas-webnoticia-final.pdf>
- Castellanos, U. (2008). Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones [Internet], Recuperado de: <http://elfotoperiodismo.blogspot.com/2008/12/>
- Cebrián, M. (1991). Géneros informativos audiovisuales. Madrid: editorial Ciencia.
- Claro, J. (2008). Los géneros fotoperiodísticos: aproximaciones teóricas. Recuperado de: <http://www.fotoperiodismo.org/FOR>
- De Pablos, J. (1993). Fotoperiodismo actual. Servicios de Publicaciones de la Universidad de la Laguna. Ediciones Xerach. Tenerife, Islas Canarias, España.
- Doménech, H. (2005): La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=6916>
- Erausquin, A. (1995): Fotoperiodismo. Formas y códigos. Madrid: Síntesis.
- Fontcuberta, Joan (1990): Fotografía: conceptos y procedimientos, Barcelona, Gustavo Gili.
- Freund, G. (1993): La fotografía como documento social. México: Gustavo Gilli-Mass Media. Recuperado de: https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425229947_inside.pdf
- Fuentes, E. (2003): ¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras? Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero1/imagenes.html>

- Frascara, J. (1988). Diseño gráfico y comunicación. Santiago de Cuba, PROGRAF.
- Frotscher, H. (1989). La fotografía de prensa. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- García, N. (1987). El Foto Reportaje y su Técnica. Editorial Oriente. Santiago de Cuba. Cuba.
- Gargurevich, J. (2006). Géneros Periodísticos. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Haya, M. (1980). Sobre la fotografía cubana. Revolución y Cultura.
- Lister, M. (1995). La fotografía en la era de la comunicación. The International Journal of Research into New Media Thecnologies, Vol.13.
- López del Ramo, J. (2010). El tratamiento fotoperiodístico en las portadas de diarios digitales. Propuesta y aplicación de un modelo de análisis. Doxa Comunicación No 11.
- López del Ramo, J. (2017). Formatos novedosos del fotoperiodismo digital. Propuesta analítica basada en indicadores estructurales, formales y funcionales. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2017.73.57847>
- Marcel, C. (2006). El uso de la fotografía en los diarios digitales españoles. // Comunicación y Sociedad. 19:2 (2006) 9-38.
- Marrero Santana, L. 2007. Género de géneros...y otras REDimensiones. Acercamiento al reportaje multimedia del periodismo digital actual. Universidad de La Habana, La Habana.
- Martin, M. (1986). La producción social de comunicación, Alianza Editorial, Madrid, 1986.
- Medina, F. (2014): Del cuarto oscuro al píxel. Acercamiento a los rasgos que tipifican el uso de imágenes fotográficas en washingtonpost.com y elpais.com. Tesis de diploma. Universidad de la Habana, Cuba.

- Meso, K. (2012). Periodismo Multimedia en España. Análisis de los contenidos multimedia en la prensa digital. Actas de 3er congreso Asociación Española de Investigación en Tarragona 2012.
- Millás, J. (2005). Todo son preguntas, Barcelona, Península, 2005.
- Morell, G. (2008). Fotodocumentalismo cubano: la rueda de la fortuna, La Gaceta de Cuba, marzo-abril 2008.
- Nodal, Y. (2014): El fotorreportaje como código gráfico como construcción de la realidad en la web de la Editora Girón. Tesis de diploma. Universidad de Matanzas, Cuba.
- Pantoja, A. (2006). La imagen fotográfica en la comunicación visual. Zaragoza.
- Quinn, S. (2015). Eyetracking Photojournalism: New Research Explores what Makes a Photograph Memorable, Shareable, and Worth Publishing, Recuperado de: <https://nppa.org/news/eyetracking-photojournalism-new-research-explores-what-makes-photograph-memorable-shareable-and>
- Ritter, Raquel (s/f) Formatos del lenguaje en el webperiodismo convergente: el fotorreportaje revisitado Recuperado de : https://www.academia.edu/3843231/Formatos_del_lenguaje_en_el_web_periodismo_convergente_el_fotorreportaje_revisitado
- Rodríguez, E. (1992). La realidad fragmentada. Una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Sainz, B. (2015) El Fotorreportaje en el sitio www.ahora.cu. Tesis de diploma. Universidad de Holguín, Cuba.
- Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en Internet, Pamplona, Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra S.A

- Sánchez, V. (2014). Tesis doctoral sobre fotografía en la universidad española. Análisis de la producción y dirección (1976-2012). Revista Española de Documentación Científica, Vol 37, No 1.
- Santos, K. (2008). Fotogramas para la construcción del mensaje periodístico. Una mirada al proceso de producción fotoperiodístico del periódico Granma. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Santiesteban, B. (2011). La fotografía de prensa en el semanario ¡ahora! Tesis de diploma. Universidad de Holguín, Cuba.
- Sontang, S. (2006) Sobre la fotografía. México, Editorial Alfaguara.
- Susperregui, J. (1988): Fundamentos de la fotografía, Bilbao, Universidad del País, 1988.
- Tausk, P. (1964) Introducción a la fotografía de prensa. Santiago de Cuba, Editorial Oriente.
- Villaseñor, E. (2012): Géneros fotográficos: Fotografía periodística, testimonial, ensayo e ilustración. Parte I de IV. México.
- Vilches, L. (1983) La lectura de la imagen. Ediciones Paidós, Barcelona, España.
- Wolf, M. (1989): La investigación de la comunicación de masas. La Habana: Pablo de la Torriente.

ANEXO I: FOTORREPORTAJE “ONE IN EIGHT MILLION. NEW YORKERS IN SOUND AND IMAGES”, DONDE SE UTILIZA EL FORMATO DEL SLIDESHOW CON AUDIO

The New York Times N.Y. / Region LINKEDIN FEEDBACK E-MAIL SHARE

SERIES INDEX MUTE FULL SCREEN

characters. The Green Thumb, arden in a Brooklyn housing en that eggs don't come from hione Doctor, last of a dying k, who says 'Good morning' 200 ans it. The Teenage Mother. The er. The Iraq Veteran. The roughout 2009, The Times individuals in sound and ple telling extraordinary stories oblems, relationships and nd obsessions.

COLLECTION



Joseph Cotton: The Grandfather
Added December 24, 2009



Candice A
Added December

Home | Copyright 2017 The New York Times Company | Privacy Policy | Contact Us | Help | Work for Us | Site Map

ANEXO II: GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA ANALIZAR LAS RUTINAS PRODUCTIVAS DEL MEDIO

Guía de observación

Medio: Telecristal

Objeto de investigación: las rutinas productivas de Telecristal y su sitio web www.aldia.cu

Objetivo: Caracterizarlas rutinas productivas en el telecentro Telecristal y su sitio web.

1. Valoración del entorno laboral y condiciones infraestructurales de trabajo
2. Dinámicas de trabajo en la redacción informativa
3. Conformación del plan temático
4. Rutinas productivas
 - 4.1.1. Selección de los temas
5. Sitio web
 - 5.1.1. Análisis preliminar de los contenidos publicados en el sitio y herramientas del lenguaje hipermedia utilizadas relacionadas con el género fotorreportaje.
 - 5.1.2. Análisis de Redes Sociales

ANEXO III:

TABLA DE DATOS GENERALES E INDICADORES PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

A: Generales

A1: Título

A2: Cantidad de fotografía

A3: Temática

A4: Tipo de Fotorreportajes

A5: Fotografías de fuentes profesionales

Nivel pragmático de la Técnica Fotoperiodística		
Dimensión	Variable	Indicadores
1. Calidad de la imagen	V1. Resolución	x: óptima
		y: deficiente
	V2. Nitidez	x: en foco
		y: desenfocada
	V3. Exposición	x: bien expuesta
		y: sub o sobreexpuesta
Nivel Sintáctico Composicional		
2. Encuadre	V4. Formato	x: horizontal
		y: vertical
	V5. Planos	x: convencionales de expresión o ubicación
		y: intencionales de expresión o ubicación
	V6. Punto de vista	x: normal
		y: picado o contrapicado (intencionalidad)

	V7. Tipo de enfoque	x: general
		y: selectivo
3. Composición	V8. Ley de los Tercios	x: aplicada
		y: no aplicada
	V9. Luz	x: natural
		y: artificial
Nivel Lingüístico		
4. Textual	V10. Pie de foto	x: presencia
		y: ausencia
	V11. Crédito	x: presencia
		y: ausencia
5. Recursos Hipermediales	V12. Hipertextualidad	x: presencia y: ausencia
	V13. Interactividad	x: presencia y: ausencia
	V14. Multimedialidad	x: presencia y: ausencia

ANEXO IV: RESULTADOS DEL ANALISIS DE CONTENIDO SEGÚN LA TABLA DE INDICADORES DEL ANEXO III

Fecha d-m-a	A1	A2	A3	A4	A5	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12
09.05.19	Coletones en el arraigo de Holguín	12	Social	Largo	Sí	x: 12 y: 0	X:10 Y:2	X: 12 Y: 0	X:12 Y:0	X:12 Y: 0	X:12 Y: 0	X: Y:	X:12 Y:0	X:12 Y:0	X: 0 Y:12	X:12 Y:0	X:
02.08.19	Ostión desde la semilla	10	Medioambiental	Largo	Sí	X:10 Y: 0	X: 9 Y: 1	X: 10 Y: 0	X:10 Y: 0	X: 9 Y: 1	X: 9 Y: 1	X:9 Y:1	X:10 Y: 0	X:10 Y:0	X:0 Y:10	X:10 Y:0	X:
24.08.19	Holguín: ciudad del arte Iberoamericano	16	Cultura	Largo	No	X:11 Y:5	X:15 Y:1	X:13 Y:3	X:15 Y:1	X:13 Y:3	X:16 Y:0	X:16 Y:0	X:13 Y:3	X:16 Y:0	X:0 Y:16	X:16 Y:0	X:
26.08.19	Cayo Bariay, la tierra más hermosa	16	Histórico	Largo	Sí	X:16 Y: 0	X:16 Y:0	X:16 Y: 0	X:16 Y:0	X:15 Y: 1	X:16 Y: 0	X:16 Y:0	X:16 Y: 0	X:16 Y: 0	X:0 Y:16	X:16 Y: 0	X:
17.09.19	Clic en nuestro Sistema de Salud	8	Salud	Largo	No	X: 7 Y: 1	X: 7 Y: 1	X:6 Y:2	X:8 Y:1	X:5 Y:3	X:8 Y:0	X:6 Y:2	X:5 Y:3	X:8 Y:0	X:0 Y:8	X:8 Y:0	X:
08.10.19	Buscándote en la ciudad	20	Otros	Largo	No	X:18 Y:2	X:20 Y:0	X:18 Y:2	X:7 Y:13	X:20 Y:0	X:19 Y:1	X:20 Y:0	X:2 Y:18	X:20 Y:0	X:0 Y:20	X:20 Y:0	X:
13.11.19	Vinicultores holguineros: 25 años de historia	11	Otros	Largo	No	X:8 Y:3	X:11 Y:0	X:9 Y:2	X:7 Y:4	X:11 Y:0	X:11 Y:0	X:11 Y:0	X:10 Y:1	X:6 Y:5	X:0 Y:11	X:0 Y:11	X:
10.12.19	Gibara: en busca de un tesoro	14	Medioambiental	Largo	No	X:10 Y:4	X:14 Y:0	X:11 Y:3	X:13 Y:2	X:14 Y:0	X:13 Y:1	X:14 Y:0	X:11 Y:3	X:10 Y:4	X:0 Y:14	X:0 Y:14	X:
14.01.20	Entre espinas y coronas	15	Medioambiental	Largo	No	X:15 Y:0	X:15 Y:0	X:8 Y:7	X:1 Y:14	X:11 Y:4	X:15 Y:0	X:14 Y:1	X:0 Y:15	X:10 Y:5	X:0 Y:15	X:0 Y:15	X:

ANEXO V: RELACIÓN Y CUESTIONARIOS DE LOS ENTREVISTADOS

Entrevistas a informantes claves

- Hirán Ricardo Ricardo, periodista y web master del sitio.
- Yailen Vallejo Paz, periodista y web master del sitio
- Claudia Mara Cruz, periodista y colaboradora del sitio
- Fabio Ochoa, periodista y fundador del sitio
- Aliuvan Moreira, jefe de grupo de prensa de Tele Cristal

Entrevistas en profundidad

- Juan Pablo Carreras, fotorreportero de la ACN y colaborador del sitio www.aldia.cu
- Lady Irene Pérez, fotorreportera de www.cubadebate.cu
- Carlos Raúl Fernández, camarógrafo y exprofesor de fotografía de la carrera de periodismo.

Entrevista a Hirán Ricardo Ricardo, periodista y editor web del sitio

- 1- A su consideración: ¿cómo definiría el fotorreportaje en el presente contexto digital?

El fotorreportaje ahora debe ser un poco más ilustrativo, que las fotografías transmitan un poco más de realidad. Muchas veces vemos que los autores se centran más en la belleza estética de la foto que de la realidad captada en ella.

- 2- ¿Qué lugar le daría usted al texto en el fotorreportaje en internet?

El texto en el fotorreportaje cumple una importancia extraordinaria. Aunque usted entregue 15 o 20 fotos que pueden ser las mejores del mundo sino no envía un pequeño texto con una información general del trabajo al consumidor le va a faltar algo. Muchas veces las fotos no pueden narrar todo, siempre es bueno apoyarse con el texto complementario para cerrar mejor la idea de lo que se quiere transmitir. Al igual que el texto complementario es importante el uso del pie de foto pues él sirve para caracterizar, ubicar o denotar algo que a simple vista no se expresa en la foto.

3- ¿Cuáles son los pasos que se deben tener en cuenta para la elaboración de un fotorreportaje para la web?

En primer lugar, el fotógrafo tiene que saber el objetivo que se quiere lograr con las fotos. No es tirar fotos por tirar, la idea primero se cocina, además es importante tener buen olfato fotoperiodístico para saber cuándo estamos en frente de una buena historia que pueda ser contada mediante fotografías. El fotógrafo debe conjugar una variedad de planos para estimular la visualidad de trabajo y así no exista la repetición. Debe existir en un fotorreportaje por lo menos planos generales, medios y primeros planos.

4- ¿Qué labor desempeñan los recursos hipermedias en la publicación de fotorreportajes para la web?

Cuando usted incorpora a su fotorreportaje elementos del lenguaje hipermedia, el trabajo tiene una mayor integralidad, es más atrayente para la persona que acceda al fotorreportaje.

5- Podría usted darme su valoración sobre el fotorreportaje en sitios de prensa nacionales y provinciales

Considero que todos los medios de prensa deben tener una sección fija desinada a la fotografía. Cada día más personas tienen acceso a internet y como es conocido por muchos las imágenes son las más consumidas en la red, además sirve de gancho o catapulta para el sitio web. Granma y Juventud Rebelde han desarrollado un buen trabajo en este sentido. Cubadebate.cu es uno de los sitios web en Cuba que está a la vanguardia en cuanto a posicionamiento y visitas diarias, pero no obstante a eso creo que pudiera potenciarse más el uso de la fotografía y el fotorreportaje en el sitio. En el caso de ahora.cu tiene una ventaja posee varios fotógrafos que trabajan directamente para el periódico impreso como para la página web. De la manera que lo ponen en práctica, es insuficiente, muchas veces el tamaño de las fotos es pequeño. Hoy la tendencia en el mundo entero es que las fotos tengan gran tamaño.

6- Valoración del género en el sitio.

Limitantes:

La plantilla, al no tener una plantilla en la página web estamos a expensas de que los demás periodistas nos manden trabajos y específicamente la fotografía.

La plataforma de actualización del sitio necesita una nueva versión pues esta está muy atrasada. Las nuevas versiones tienen un manejo mejor de los gráficos para el sitio web, dentro de los que entra la fotografía.

Es uno de los géneros de los que los periodistas menos suelen hacer.

Metas:

Contar con un informático o un programador que higienice constantemente el sitio para así hacer un mejor manejo de la fotografía en el sitio.

Solicitar a los periodistas hacer trabajos por encargo

Tratar que la sección de fotorreportaje se actualice los más frecuente posible.

7- ¿Cuál es la posición de los directivos de Tele cristal frente a la realización del fotorreportaje?

No lo domino

8- ¿Quién debe elegir las fotos del fotorreportaje, el fotoperiodistas, el periodista o el editor web?

El editor web

Entrevista a Aliuvan Moreira, jefe de grupo de prensa de Tele Cristal

1. ¿Qué entiende usted por fotorreportaje como género del fotoperiodismo?

Es un género en el que se unifican varias fotografías en pos de lograr contar una historia, casi siempre acompañado por recursos textuales, que vienen a apoyar el contenido visual, pues en este caso, el mayor peso recae en las fotografías.

2. ¿Cómo observa usted la utilización del género en los medios digitales de Holguín?

Considero que debería explotarse más, porque es uno de los géneros, que por el ritmo de vida que tenemos actualmente es más potable su consumo. No es lo mismo leer un texto completo que este acompañado de una sola imagen a yo ver varias imágenes que me brinden esa misma información, pero de manera más dinámica, diferente. Para nadie es un secreto que las fotos son más consumidas que cualquier otro tipo de contenidos, tanto anteriormente en los soportes tradicionales como ahora en las diferentes bondades que brinda la Internet.

3. ¿Qué restricciones afronta el fotorreportaje en su realización en el sitio www.aldia.cu ? (fotorreporteros, tecnología, espacio, infraestructura, desinterés del género)

Desinterés por el género yo lo pondría en primera opción, porque ya todos tenemos teléfonos inteligentes con datos y buenas características de acuerdo a las tecnologías de hoy. También la edificación de una estrategia editorial ya en la parte de la página digital. Una estrategia que nos permita decidir cómo vamos a direccionar el tema del fotorreportaje en aldia.cu para evidenciar los hechos que requieran ese género. pues no todas las

4. ¿A qué se debe la no existencia de un fotorreportero en la plantilla de la página web o el telecentro?

En la página web no existe en la plantilla un puesto para fotorreportero, de hecho, la plantilla de la web solo consta de dos periodistas, que pertenecen a su vez a la plantilla de la redacción deportiva. No existe una redacción digital en Tele Cristal, sino una redacción informativa de la que se escogieron dos periodistas para que se encargaran de la página web.

5. ¿Cuál es la posición de los directivos de Tele Cristal frente a la realización de un fotorreportaje?

Totalmente abierto a todas las posibilidades que existan, para afrontar los nuevos retos de las tecnologías, de los géneros periodísticos que están siendo más

demandados por nuestros consumidores en estos nuevos ambientes noticiosos. Abiertos a las iniciativas de los periodistas que se insertan en el medio y sobre todas las cosas a nuevas ideas que enriquezcan este sitio digital.

6. En la realización de los fotorreportajes (profesionales o no profesionales) que se publican en el sitio: ¿Inciden los directivos del telecentro u otros periodistas en llevar a cabo esta iniciativa?

Los pocos que se realizan responden más a propias iniciativas de los periodistas. También están presentes los estigmas, por lo general el periodista envía los trabajos acompañados con una o dos fotos y ya, eso mismo es lo que se publica. Sobre la realización del fotorreportaje también incide la poca iniciativa de los que se encargan de aldia.cu de intervenir sobre los demás periodistas para que conjuguen y utilicen este género en muchos de los trabajos que envían para la página web.

7. ¿Quién es el encargado de elegir las fotos del fotorreportaje: ¿el editor, el consejo editorial, el fotorreportero o periodista que lo realiza?

Hay varias personas que tienen la responsabilidad. Primero hay que tener buen concepto de fotografía. Cuando el periodista hace varias fotos con el propósito de hacer un fotorreportaje se las propone al editor web y obviamente es la responsabilidad de él, elegir mejor foto, a que el mensaje sea mucho más abarcador y la que estéticamente sea la más apropiada.

8. ¿Cree usted que los periodistas y editores web del telecentro, están preparados para asumir este tipo de género en el sitio aldia.cu?

Creo que sí, salen con una formación académica de la universidad que le brinda todas las herramientas necesarias para hacer todos los géneros periodísticos y por supuesto el fotorreportaje. Un periodista puede asumirlo cabalmente porque posee todas las herramientas sobre el contenido y la estética en la fotografía, y sobre todos los de la televisión que trabajan fundamentalmente con la imagen.

Entrevista a Juan Pablo Carreras Vidal, Fotorreportero de la Agencia Cubana de Noticias, Corresponsalía Holguín

1. ¿Cuál es su valoración particular sobre el fotorreportaje en la web?

Yo no encuentro diferencia entre el fotorreportaje para web o para cualquier otro medio en que se difunda. El fotorreportaje es uno solo, aunque si veo que existe una diferencia a la hora de clasificarlo en este ambiente virtual fundamentalmente desde la academia. La web es solamente una plataforma que para suerte de todos es multimedia y que en ese mismo soporte aguanta los demás medios. Es decir, el fotorreportaje es uno, sea hecho para una revista, un periódico o sea utilizado en la web. No hago diferencia del reportaje web como una cosa aparte, que cuando se trabaja hacia la web.

2. ¿Qué importancia le daría al texto del fotorreportaje en Internet?

El fotorreportaje no lo inventamos nosotros, el fotorreportaje surge a partir de una formula americana llamada Live a partir de que fue la revista de este mismo nombre quien comenzó a utilizarlo en el periodo entre guerras del pasado siglo, probándose con éxito en la Segunda Guerra Mundial. Ahí por primera vez en la historia se les concede a los fotógrafos el protagonismo para contar una historia sin la necesidad de acudir a un texto de rigor. Una fórmula que probó en Cuba en los años 50 por la revista Bohemia que era publicación más avanzada que existía, incluso aquí cuando el bombardeo de Sagua de Tánamo fue publicado un fotorreportaje en esta revista. Tu puedes acceder a cualquier sitio de estadísticas de prensa y te vas a dar cuenta que lo que más se ven son las fotos, luego los titulares y después si esos dos no logran atrapar al usuario se acude al texto. El texto es secundario lo que hace falta es que las imágenes logren transmitir una buena historia.

3. ¿Cuáles son los pasos que deben tenerse en cuenta para la elaboración de un fotorreportaje para un sitio web?

En primer lugar, es tener el olfato periodístico para saber dónde hay una buena historia, en segundo lugar, sería perseguir esa historia, ahora bien, el

fotorreportaje se mueven entre seis y doce fotografías si no lo logras con esa cantidad de fotografías contar una historia coherente, puedes poner 50 que no la vas a lograr tampoco. Luego se hace una buena selección del material que tienes. Es importante mencionar que el conjunto de fotografías del fotorreportaje deben transitar por diferentes planos como son planos generales, planos medios y primeros planos. A pesar de esto es imposible contar todo lo que uno quisiera en un fotorreportaje. Hay veces en la que nuestras imágenes reflejan nuestras lagunas o huecos culturales.

4. Sobre este particular, ¿Qué labor desempeñan los recursos hipermedias (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad) en la realización del género en el ambiente virtual?

De esos recursos de la web la interactividad es el que más te puede beneficiar en el uso del fotorreportaje, pues estamos hablando de un género propiamente fotográfico, no de un género audiovisual. De la hipertextualidad se puede usar en una referencia necesaria, tiene que ser muy puntual.

5. Desde su punto de vista, ¿Cómo inciden las rutinas productivas e ideologías profesionales en la realización del fotorreportaje?

Para hacer una fotografía además del componente técnico es necesario tener en cuenta el ideológico. Es el conjunto de valores éticos y estéticos que conforman un de una persona y esto está estrechamente vinculado con la fotografía o con el propio ejercicio fotográfico. El fotoperiodista y el periodismo más que una profesión es un modo de vida. Somos manipuladores de la realidad y lo hacemos con frecuencia porque, tú con solo cambiarte de posición ante una escena noticiosa, con solo moverte 5 centímetros tu obra puede cambiar 180 grados, puedes estar transformando la realidad que se presenta. A partir de ese momento tu comienzas a construir el mensaje que deseas exponer, la arista que deseas denotar, etc. Desde que un fotógrafo toma una cámara en la mano está manipulando la realidad. A partir del momento que se presiona el obturador para tomar una fotografía ya existe manipulación, pues solo se está seleccionando un breve espacio de tiempo de la realidad que se quiere transmitir.

6. ¿Cuáles son los principales desafíos y restricciones que afronta el fotorreportaje hoy en Cuba y el mundo?

En el mundo como tal no pues este un género que goza de muchísima aceptación, incluso el sueño de cada fotoperiodista es lograr vivir del reportaje fotográfico. La crisis está más bien centrada en nuestro país. Cuando tu análisis, la crisis se viene arrastrando desde la academia refiriéndome a las escuelas de periodismo en Cuba. La fotografía es en mi opinión, el patito feo de la carrera. Te puedo decir que la fotografía es subvalorada, primero porque en los planes de estudio no se inserta esta asignatura como una materia base, solo de forma optativa. Otra razón está relacionada con la afectación que produjo el Periodo Especial en la prensa plana en Cuba. La radio y la televisión pudieron recuperarse y ampliarse paulatinamente ya saliendo de los años 90, pero las publicaciones periódicas no. Eso atentó contra que hubo géneros que se sacrificaron, se les fue restando valor a la parte gráfica. Esos daños se han transferido hacia los sitios web que son copias de las publicaciones impresas. Un ejemplo es el periódico Granma, el sitio web es una copia fiel de lo que sale en la edición impresa.

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

El fotógrafo es el máximo responsable de decir, este fotorreportaje es de 5 fotografías, es de 9, es de 12. No le corresponde a un consejo editorial decidir sobre las fotos que lleva un fotorreportaje, aunque si puede decidir en el tema que se va a tratar en el fotorreportaje, tampoco es el editor web, si fuera un editor gráfico no diría nada.

8. ¿Qué sitios digitales nacionales con buenos fotorreportajes recomendaría usted?

Quien le da rienda suelta y estimula el fotorreportaje en Cuba es Cubadebate, después están las páginas de las agencias, que en Cuba Prensa Latina y Agencia Cubana de Noticias. Pero el que tiene una sección fija del fotorreportaje que

alimenta constantemente es Cubadebate. Hacen buen manejo de la gráfica, buen uso del tamaño, uso acertado de los pies de fotos.

9. ¿Cuál es su valoración sobre la utilización de la fotografía en el sitio www.aldia.cu?

En aldia.cu el uso de la fotografía es mala, porque de los 3 o 4 sitios noticiosos de la provincia el de la televisión es el que tiene mejor diseño. Lamentablemente es un sitio que debe tener una visualidad mejor, y es todo lo contrario. Cuando tu entras al sitio te percatas que no te acreditan correctamente la fotografía, no utilizan el pie de foto, es como si no existiera. Tú te das cuenta que hacen un uso de la fotografía porque necesitan de ella obligatoriamente, para que alguien lo lea, pero, la fotografía es utilizada con un fin propiamente ilustrativo. No solo es el sitio de la televisión, casi toda la prensa cubana hace un uso ilustrativo de la televisión

10. Podría referirme, según su opinión: ¿Cómo se comporta el uso del género fotorreportaje en el sitio www.aldia.cu ?

Bueno ellos llaman erróneamente a un grupo de seis fotos fotorreportaje, eso no es un fotorreportaje, eso es una galería de imágenes.