



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL RECURSO FOTOGRAFICO EN LOS
DIARIOS EXTRA Y UNIVERSO PERIODO MARZO – MAYO 2020

AUTOR:

ACURIO VELASCO JENNIFER DAYANA

TUTOR:

MSC. YAHAIRA MORENO

BABAHOYO - ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios, quien siempre guía mi camino. A mis amados padres Dubal Acurio y Yolanda Velasco que con sus sabios consejos, y su apoyo incondicional me han sabido guiar en este largo proceso. A mí querida hermana Yomayra, quien es una parte fundamental en mi vida. A mis abuelos Lucrecia, Clara, Rigoberto, aquellas personas que siempre me han sabido guiar por el buen camino, brindándome su amor.

Jennifer Dayana Acurio Velasco

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien siempre guía mi camino, que me permite despertar día a día para seguir en mi preparación continua. A mis amados padres Dubal Acurio y Yolanda Velasco que, con sus sabios consejos, y su apoyo incondicional me han sabido guiar en este largo proceso. A la Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas y de la educación, a la Escuela de Comunicación Social por haberme acogido dentro de sus aulas durante mis 4 años de arduo estudio. A mis docentes que día a día impartieron sus conocimientos dentro y fuera de las aulas universitarias, en especial a mi tutora Msc. Yahaira Moreno, quien me guio en las directrices de mi trabajo investigativo.

Jennifer Dayana Acurio Velasco

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se realizó el Análisis comparativo del recurso fotográfico en los diarios Extra y Universo periodo marzo – mayo 2020, para realizar este trabajo se ha utilizado los SIGNOS PLÁSTICOS – ICÓNICOS, SEMIÓTICA DE LA IMAGEN, y la RETORICA DE LA IMAGEN, que son elementos completos para la realización de un análisis bien estructurado de una fotografía con otra.

Estos elementos de análisis trabajan con un sistema de signos y símbolos leíbles de forma denotativa y connotativa, dependiendo del conocimiento de las personas que lo observan, todo lo que se necesita es saber entender los signos semióticos dentro de la imagen, conocer sus significados y la razón por la cual están inmersos en la misma.

Para la realización de la comparación de las fotografías se procedió a revisar noticias de la misma fecha y con el tema relacionado de un diario con el otro, tratando de encontrar las diferencias y similitudes que tienen estas imágenes en el ámbito informativo, ya que su papel dentro de un medio escrito es transmitir información previa a lo que se va a leer.

Esta investigación es de carácter cualitativo; ya que de lo cualitativo obtendremos un análisis más profundo sobre el significado de cada uno de los elementos presentes en las fotografías de diario Extra y diario el Universo, mediante la exposición de los signos presentados en la misma. El método utilizado es el deductivo puesto que mi investigación va desde lo general a lo particular llegando así a la obtención de una conclusión deseada. La herramienta utilizada para este trabajo fue una ficha de observación donde se detalla cada una de las particularidades de los elementos encontrados en las fotografías.

PALABRAS CLAVE: Fotografía, semiótica, Signos plásticos – icónicos

ABSTRACT

In the present research work, the comparative analysis of the photographic resource was carried out in the newspapers Extra and Universo during the period March - May 2020, to carry out this work the PLASTIC SIGNS - ICONIC, SEMIOTIC OF THE IMAGE, and the RHETORIC OF THE IMAGE have been used , which are complete elements for carrying out a well-structured analysis of one photograph with another.

These elements of analysis work with a system of signs and symbols readable in a denotative and connotative way, depending on the knowledge of the people who observe it, all that is needed is to know how to understand the semiotic signs within the image, to know their meanings and the reason why they are immersed in it.

For the comparison of the photographs, we proceeded to review news of the same date and with the related topic of one newspaper with the other, trying to find the differences and similarities that these images have in the informative field, since their role within a written medium is to transmit information prior to what is going to be read.

This research is qualitative in nature; since from the qualitative we will obtain a deeper analysis of the meaning of each of the elements present in the photographs of the newspaper Extra and the newspaper el Universo, by exposing the signs presented in it. The method used is deductive since my research goes from the general to the particular, thus reaching a desired conclusion.

The tool used for this work was an observation sheet where each of the particularities of the elements found in the photographs is detailed.

KEY WORDS: Photography, semiotics, Plastic signs - iconic

INDICE GENERAL

Contenido	
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
INDICE GENERAL	6
I. INTRODUCCIÓN:	1
2.1 JUSTIFICACIÓN:.....	2
2.2. OBJETIVO	3
2.3. SUSTENTOS TEÒRICOS	3
La fotografía	3
Historia de la fotografía	3
Lenguaje fotográfico.....	4
Semiótica de la imagen.....	5
Signo Plástico – Signo Icónico	6
Retórica de la imagen	6
El mensaje lingüístico:.....	7
El mensaje no codificado:.....	8
El mensaje codificado:.....	8
Medios de Comunicación y su clasificación.....	8
Medios de comunicación	9
Elementos de comunicación	9
Historia de los medios impresos en Ecuador	10

Lenguaje de los medios impresos	11
2.4 TECNICAS APLICADAS	15
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	16
III CONCLUSIONES	18
IV RECOMENDACIONES	18
V BIBLIOGRAFIA	20
VI ANEXOS	1
Fallecidos en época de coronavirus en Guayaquil.....	3

I INTRODUCCIÓN

Los recursos fotográficos nacen del arte, estos pueden ayudarnos a expresar lo que con palabras no lo podemos hacer, además, nos enseñan una nueva forma de mostrar la realidad desde una perspectiva diferente, la fotografía es un medio creativo que propicia el dialogo entre distintas áreas del conocimiento y el trabajo del ser humano. Así también nos permite analizar con mayor facilidad y profundidad el significado de cada una de las imágenes expuestas en un medio de comunicación escrito.

Diario Extra se caracteriza por su amarillismo y sensacionalismo en la información que estos presentan en su medio escrito, esto incluye las imágenes sin censura que son presentadas con temas de crónica roja, accidentes, asesinatos, suicidios, crímenes, femicidios, deporte, entre otras, las cuales están orientadas a los sectores más populares de nuestro país, por su relativo bajo costo y por su formato “criollo” al cual estamos acostumbrados. Mientras que El Universo es un diario independiente y pluralista que se encarga de informar lo acontecido en el país y en el mundo, sus textos son sin ningún compromiso político, social, económico o comercial que pudiera inferir con el derecho del lector a conocer la verdad, este también cuenta con un precio accesible, pero su formato es más formal y profesional.

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad comparar los recursos fotográficos en diario extra y el universo desde el punto de vista semiótico, para poder fortalecer diferentes aspectos técnicos, estéticos y éticos desde una perspectiva crítica y metodológica y así expresar un criterio propio, debido a que las imágenes fotográficas suelen reflejar un testimonio ocular que por un lado nos proporcionan información acerca de aspectos y realidades sociales, y por el otro no reflejan una realidad sino la distorsionan para atraer más a los lectores; ya que nuestro criterio fotográfico depende del ojo con que se mire la imagen.

Con este trabajo se pretende comparar la diferencia de las fotografías amarillista y sensacionalista con las fotografías de carácter formal que un medio de comunicación escrito debería publicar en su contenido porque es lo que nos da testimonio de ciertos puntos de vista, haciendo un breve análisis semiótico de cada una de las imágenes que se van a exponer en esta investigación, Es así como respetando las líneas de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo se procederá a realizar un trabajo investigativo el mismo que se apegara a las líneas de investigación sobre los Estilos periodísticos, lenguaje y comunicación.

II. DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

En el siguiente trabajo de investigación se trata de explicar que los medios de comunicación al ser parte importante en el desarrollo de la sociedad, constituyen una referencia importante en el desarrollo, debido a la trasmisión de información por los diferentes soportes que se encuentran a su disposición creando nuevos mundos y acontecimientos, los mismos que pueden ser representados textual o visualmente con fotografías.

Por lo cual realizaremos un análisis comparativo de los recursos fotográficos en los diarios Extra y Universo con un enfoque semiótico, que nos permitirá conocer la diferencia de las fotografías amarillista y sensacionalista con las fotografías de carácter formal de un medio de comunicación escrito; así de igual manera podremos diferenciar los significados de cada elemento presentado en una imagen, debido a que la información que ellos despliegan debe generar un adecuado impacto social.

El presente trabajo investigativo beneficiara a todos los profesionales y estudiantes de fotografía, catedráticos y demás personas inmersas en el campo de la comunicación visual informativa, incluyendo así a los profesionales de diario extra y universo; ya que son aquellos que poseen una gran aceptación a nivel de todo el Ecuador siendo esta una pauta importante dentro del ámbito periodístico, puesto que deben tener claro aquello que desean plasmar e informar con sus fotografías.

2.2. OBJETIVO

Analizar los recursos fotográficos en los diarios extra y universo en el periodo marzo mayo 2020 desde la perspectiva semiológica de la imagen.

2.3. SUSTENTOS TEÓRICOS

La fotografía

Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital). La fotografía toda se basa en el mismo principio de la “cámara oscura”, un instrumento óptico que consiste en un compartimiento totalmente oscuro dotado de un agujero pequeño en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz y proyecta sobre el fondo oscurecido las imágenes de lo que ocurra afuera del compartimiento, aunque invertidas. (Raffino, Concepto.de, 2018).

La fotografía cumple un rol documental o periodístico importante en nuestros días, ya que permite capturar imágenes reales y reproducirlas en medios físicos o digitales, pudiendo así observar evento que ocurrieron en otras latitudes y/o en otros tiempos históricos.

El periodismo, la ciencia y la historia hoy en día son inseparables de la fotografía, y en cualquier casa del siglo XX se conseguían álbumes de fotos o portarretratos. En el siglo XXI, en cambio, el lugar para acumular las fotografías parece ser el digital: los discos rígidos de las computadoras o incluso las redes sociales.

Por otro lado, la geografía, la astronomía y otras ciencias aplicadas han visto en la fotografía la oportunidad de capturar y agrandar la imagen de objetos enormemente lejanos o infinitamente chicos, pudiendo así divulgarlas masivamente. (Raffino, Conceptos.de, 2018)

Historia de la fotografía

A lo largo de la historia las imágenes han acompañado al ser humano para expresarse, compartir ideas con otros y representar lo sagrado y lo profano un ejemplo de esto son las manifestaciones artísticas de más de 40.000 años de antigüedad halladas al interior de cuevas en el sur de Francia, en el norte de España y en Asia y África, conservadas hasta nuestros

días. Se trata de pinturas rupestres trazadas por cazadores primitivos que se dedicaban a la captura de bisontes, mamuts y renos, y se cree que estaban relacionadas con prácticas de carácter mágico-religioso para propiciar la caza: estas imágenes de animales habrían sido pintadas como parte de algún ritual ancestral con el fin de obtener poder mágico sobre ellos. (Beatriz Gonzalez, 2015)

Lenguaje fotográfico

En una fotografía se pueden encontrar varios significados, por ello es denominado como un fenómeno polisémico, para poder desentrañarlos en primer lugar se debe reconocer su gramática propia, mismo que consiste en vocabulario específico conteniendo una sintaxis específica. Adicional, este lenguaje tiene una forma propia de articular. Se podría denominar estilo a la manera que cada fotógrafo emplea este lenguaje visual.

Es importante tener en cuenta un panorama general de ciertos elementos que conforman este idioma ya que es de relevancia para el que realiza la fotografía como para la persona que la analiza. (Nates, 2014).

Dichos elementos son:

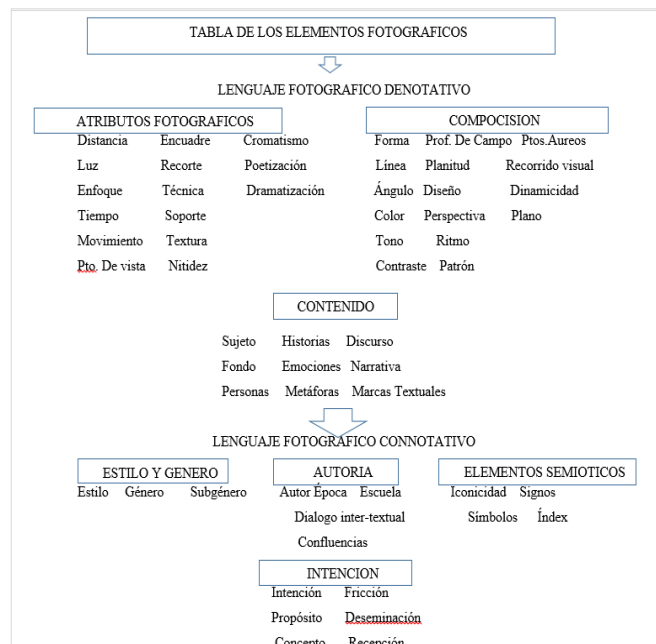


Figura 1 Elementos Fotográficos - Fuente: Oscar Colorado

El Dr. Oscar Colorado (Nates, OSCAR EN FOTOS, 2014), menciona que “la fotografía es un fenómeno polisémico”, dando a entender así que este tiene más de un significado, y para poder entenderlo debemos tener claro toda su gramática; la cual tiene su propio vocabulario y sintaxis específica. Cada fotógrafo tiene su estilo de manejar el lenguaje fotográfico, siempre y cuando este tenga claro cómo utilizarlas correctamente; para así plasmar el mensaje que va a llegar a través de la misma.

Los elementos fotográficos son de suma importancia al momento de entender una imagen como tal, ya que se caracteriza por tener mensajes más profundos que el que se observa a simple vista, puesto que cada uno de los elementos tienen partes claves para el entendimiento de la misma. Debemos tener en cuenta las 59 formas de analizar una imagen con mayor profundidad del entendimiento visual desde una perspectiva mejorada.

Semiótica de la imagen.

Comprendemos que la semiótica de la imagen es aquella ciencia que estudia el signo icónico y los símbolos con los procesos de sentido-significación que se da a continuación de la imagen. Al ser estudiada la imagen y los signos visuales se está excediendo más allá de lo que nos muestra la pintura de manera visual, realizando distintos análisis de los componentes del mismo, tales como la forma, los colores utilizados, representaciones gráficas, culturalmente, iluminación, entre otros elementos fáciles de visualizar.

Es lógico que el mundo de la semiótica va más allá de lo que muestra la imagen por lo tanto esta excede los límites que normalmente estamos acostumbrados a ver en una imagen, ya que esta utiliza la interpretación de los signos y símbolos que a simple vista no se ven, hay que mirar de manera determinada para poder comprender las mismas. Algunos autores hablan de la semiótica plenaria y manifiestan que también se encuentran presente los signos icónicos. En esta última la iconicidad se integra de manera natural en la orientación elegida. La significación depende de la percepción llegada de la forma enviada la información tal como lo menciona Barthes con su definición de mensaje icónico codificado y no codificado. (BORBOLLA, FITZIONARIO, 2012)

Pierce menciona que “el signo icónico hace referencia a aquellos que tenían cierta semejanza con el objeto al que se refiere”. Dando a entender de esta manera que una imagen o retrato de una persona u objeto son considerados signos icónicos ya que se relacionan de forma real a aquello de lo que desean hacer referencia; puesto que la característica principal de este es mostrar tal cual es el objeto a observar. La semiótica es parte fundamental del análisis de los signos y símbolos que podemos hallar en una fotografía, ya que cada uno de los elementos que esta tiene para lograr su objetivo, son puntos claros y específicos que dan una mayor retención y precisión de la información de la imagen analizada semióticamente.

Signo Plástico – Signo Icónico

Los signos plásticos son los colores, las formas, las texturas. Hjelmslev (1971:77) lo designa como la parte manifiesta o significante de cualquier objeto de la lengua y lo opone al plano del contenido o significado. Es una propiedad de la superficie. Puede describirse a partir de la repetición de micro elementos. No hay una clave única para la percepción de los colores, sino sensibilidad al entorno, a la propia cultura, a la propia historia, como a la de los demás. (PALACIOS, 2014)

Retórica de la imagen

Existen frases que en algún momento de la vida hemos escuchado como por ejemplo “Una imagen vale más que mil palabras”, esta es una de las tantas, pero podemos encontrar concordancia de tal forma que puede ocasionar debates sobre el tema de una forma más concluida y tradicional. Lo cierto es que la imagen dice cosas; expresan sentimientos y dan a conocer de una forma diferente cierta información que estos contienen. Roland Barthes, menciona que la imagen transmite un mensaje y este tiene un sentido muy claro y preciso. La imagen visual o fotografía, está considerada como una forma de emitir o transportar información, de una manera diferente a la que estamos acostumbrados a recibir.

La retórica de la imagen es basada en el estudio de la publicidad y los mensajes que esta posee para poder captar la atención de los individuos, buscando en ellas los trucajes de foto, iluminación, pose, textura de los productos o del color, etc. Aunque también se centra en las historietas cómicas donde se encuentra doble contenido los cuales son texto e imagen, los cuales son analizados por el mensaje lingüístico, este se encarga de relacionar lo que se

menciona textualmente con la imagen, buscando similitud entre ambos elementos para poder entenderlo de la misma forma.

Hablando de mensaje lingüístico debemos pensar que se refiere a alguna norma gramatical, pero no, aunque puede ser considerada como una norma retórica lingüística, que nos enseña el agrupamiento de imagen-texto, y relacionarlo con un mismo fin, para no contener un doble mensaje de una sola imagen; pero debemos también pensar que en algunas caricaturas periodísticas el creador trata de mostrar doble mensaje dependiendo del tema que quiere hacer relación con su dibujo, esto pasa en pequeños casos ya sean políticos, deportivos, o inclusive algo chistoso. Puesto que el idioma de las imágenes es muy sencillo de entender, siempre y cuando tomemos en cuenta los signos que estudian y descifran los mensajes de nuestras pinturas o creaciones artísticas.

El mensaje lingüístico:

El mensaje lingüístico se encuentra presente en todas las imágenes de información, entretenimiento, política, publicidad entre otras. Dando a entender que todo tiene un mensaje que transmitir, y que nada está inmerso sin sentido, por esto podemos decir que no es adecuado hablar aun de una civilización de la imagen, puesto que no comprendemos de manera clara lo que estas pueden representar o manifestar mediante lo que vemos o entendemos a simple vista por otro lado la, al dar una información por medio de las fotografías estamos transmitiendo un mensaje más informal, porque las imágenes son colocadas con la intención de llamar la atención del ojo humano para la captación del interés sobre el texto que continua luego de los mensajes pueden variar de las dos formas anteriormente mencionadas ya que estas pueden ser algo irónicas, es decir lo contrario de lo que se quiere dar a entender con un tono de voz diferente o una gesticulación pronunciada en el rostro, logrando llegar con una naturalidad la información perceptiva que se obtuvo de forma denotativa de la imagen puesta en estudio.

Según lo estudiado por Barths, él manifiesta que la imagen no es tanto el estudio visual, sino más bien es lo funcional de estas, entendiendo que se debe comprender el funcionamiento de los elementos implícitos en las imágenes visuales, explicando que el

mensaje lingüístico puede llegar a entender la ideología y la moral de la persona, dando así el poder de anclaje a las imágenes, llamando de esta forma la atención de las personas. . (TODOAL27, 2013)

El mensaje no codificado:

El mensaje no codificado simplemente hace relación a lo que se ve estéticamente de la imagen a simple vista, es decir lo denotativo que se representa en estas, utilizando solo lo que se ve sin entender por qué están presente en las imágenes y dejándolas pasar a simple vista sin dar importancia alguna, la persona no codifica un mensaje solo al verlo rápidamente, tiene que estudiarlo y comprenderlo, es por eso que el mensaje no codificado de las imágenes es simplemente no tan relevante cuando no le damos importancia a lo que vemos.

El mensaje codificado:

Este es un tipo de mensaje más relevante ya que depende de esta la aceptación de la sociedad sobre lo que está mirando, explicando así que el mensaje codificado es más completo es decir tiene mayor profundidad de estudio del objeto (imagen) observado, interviniendo de esta forma la ideología, la cultura y la moral de los individuos, su conocimiento lógico sobre los componentes simbólicos que expresan cada una de las imágenes que queremos entender; siendo tan necesario el análisis previo de nuestro sentido perceptivo para poder entender adecuadamente el mensaje puesto en la imagen.

(TODOAL27, 2013)

Medios de Comunicación y su clasificación

Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos que brindan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio. Sin embargo, existen medios de comunicación que no son masivos sino interpersonales. Los medios interpersonales son aquellos que facilitan la comunicación entre las personas, por ejemplo: el teléfono. (Raffino, Concepto.de, 2020)

Los medios de comunicación se pueden clasificar según su alcance en:

Medios de comunicación interpersonal. Son aquellos medios o canales a través de los cuales se da un intercambio de información dentro de la esfera privada. Por ejemplo: el teléfono, el fax. Medios de comunicación social o medios masivos de comunicación. Son aquellos medios que alcanzan a un gran número de la población y transmiten información de carácter público. A su vez, se clasifican según el medio o soporte que utilizan para la transmisión de la información. (Raffino, Conceptos.de, 2020)

Medios de comunicación

- Medios visuales
- Medios radiofónicos
- Medios de comunicación masivos
- Medios impresos
- Medios digitales

Elementos de comunicación

La comunicación cuenta con los siguientes elementos.

Emisor: es la persona que inicia el proceso de comunicación para ello transmite un determinado mensaje codificado hacia un receptor.

Receptor: es la persona que recibe el mensaje del emisor, dicho receptor decodifica el mensaje, lo interpreta, comprende y de ser necesario responderá al emisor.

Mensaje: es la información que se desea compartir entre los individuos que intervienen en la comunicación, algo importante y relevante es que los individuos que desean comunicarse deben de hablar el mismo lenguaje ya que de no ser este el caso entrará en conflictos de codificación y decodificación o el tipo de comunicación usada la cual puede ser oral o escrita.

El medio: es la forma en la cual llega el mensaje al receptor mismo que puede ser guiada como una nota escrita o el uso del aire como al usar el habla, y también la fotografía como medio visual. (anonimo, s.f.)

En el presente proyecto se enfoca en los medios de comunicación escritos debido a ello conoceremos a los medios de comunicación más utilizados en el Ecuador como son diario Extra y el Universo.

Historia de los medios impresos en Ecuador

La historia del periodismo ecuatoriano se remonta al jueves 5 de enero de 1792, cuando -bajo la inspiración reformista de Eugenio Espejo- circuló el primer ejemplar de “Primicias de la Cultura de Quito”, en el se hacían importantes reflexiones morales, disquisiciones filosóficas y consejos de salubridad, higiene, buenas costumbres, etc., dejando entrever en su lectura ideas de justicia y libertad.

El 16 de septiembre de 1921 -bajo la inspiración de don Ismael Pérez Pazmiño- hizo su aparición “El Universo”, convertido hoy en el de mayor circulación y en uno de los de mayor fuerza informativa y de opinión nacional.

Posteriormente aparecieron en el Ecuador varios periódicos matutinos y vespertinos de más o menos corta existencia, y otros que han logrado afianzarse en la conciencia nacional como es el caso del “Hoy” de Quito, y el “Expreso” de Guayaquil. (PINOS, s.f.)

Según (wikipedia, 2013) nos cuenta que Diario Extra es un periódico ecuatoriano, fundado el 21 de octubre de 1974, en Guayaquil, por el licenciado Galo Martínez Merchán, exministro de Gobierno del expresidente José María Velasco Ibarra, y Nicolás Ulloa Figueroa. Es el diario más vendido a nivel nacional. La casa editorial del mismo es Gráficos Nacionales, S.A. (GRANASA).

Este diario de circulación masiva se caracteriza por su sensacionalismo, y por las imágenes sin censura que presenta sobre crónica roja, accidentes, asesinatos, suicidios, crímenes, castigos, homicidios, impunidades y criminales, en sus inicios incluía fotografías de alto contenido erótico que muchas veces han sido cuestionadas por la sociedad en general, en la actualidad este tipo de contenidos es más controlado. Además, esta publicación está orientada a sectores populares por su relativo bajo costo. (anonimo, WIKIPEDIA, 2013)

Los medios impresos son considerados como los primeros medios existentes, a nivel mundial creados ante la necesidad de llegar con información a un gran número de población de distintos sectores, principalmente a los más pobres, ya que este es en 80% la mayor cantidad que existe, es por eso que para iniciar tuvieron precios un poco elevados, pero

mediante iba dando resultados y aceptación, hubo ya la creación de competencia para los primeros diarios, es por eso que el precio normal disminuyó, y así hubo mayor consumo.

Diario Extra es uno de los medios impresos más económicos su precio es de \$0.35 y mayormente consumido por los ecuatorianos, ya que su información es de carácter “criollo”, y en su descripción como medio ellos afirman que son prensa sensacionalista, amarillista y nacionalmente popular, es por eso que es considerado uno de los medios más reconocidos en nuestro país.

Diario El Universo de igual forma es reconocido a nivel nacional; ya que es uno de los primeros medios que existieron en nuestro país, su acogida en ha sido aceptable ya que al menos un 30% de la población consume su contenido, este medio es considerado de forma seria y creíble, puesto que sus publicaciones son de carácter formal y siempre cuentan con fuentes confiables, su precio es de \$0.60 ctvs, y mayormente lo leen empresarios o personas mayores que desea informarse sin tanto bombardeo en los titulares y en las imágenes.

Lenguaje de los medios impresos

Los medios de comunicación al ser difusores de la información para captar el mayor número de público utilizan diferentes soportes, uno de estos son los periódicos. El medio impresos previo a la publicación de la información, realiza un boceto que le permite determinar la ubicación y espacio correspondiente a cada información, según el grado de importancia que le otorgue este, por cuanto, la información más importante se publica en las primeras páginas, que por lo general, son expresadas en géneros de noticias. (Alvarado, 2009)

El diseño que realizan los medios impresos en sus periódicos consta de una serie de elementos, que ayudan a persuadir al lector y a diferenciarse uno del otro, por cuanto, el lenguaje que usan los medios impresos para transmitir su información, varían en fondo y forma, según la postura del diario.

Los medios de comunicación escrita son una fuente de información a nivel mundial, que a pesar de las nuevas tecnologías sigue siendo un medio consumido por una gran parte de la población, dejando claro que la ola tecnológica no afectó a su producción en un porcentaje total, solo se vio obligado a la migración digital en las plataformas virtuales como Facebook,

Instagram, y tener su propia página web o blog en internet, donde deben de igual manera subir contenido actualizado.

En este espacio digital el aumento de consumidores de medios escritos a incrementado factiblemente; por lo cual estos deben subir contenido de primera y no solo escrito sino también visual, es decir imágenes que expresan en su totalidad la información que se va a leer a continuación; por lo que los signos fotográficos deben ser muy claros para así facilitar la comprensión del mensaje visual y causar una mejor impresión ante el lector.

Por lo que nos queda claro que los medios impresos ya sean de la forma tradicional o actual (digital), siguen teniendo relevancia al momento de adquirir información de estos ya que mediante el internet conocida como la red de redes en ella se encuentra englobada todos los demás medios gracias a su versatilidad y acceso que tienen las tecnologías de información y comunicación hoy en día, en el cual se puede realizar programas de radio difusión, televisión, transmisiones en vivo o publicidad por redes sociales sin tener la necesidad de segmentar el público meta de manera dedicada, lo que implica que Internet es un medio medible pero su alcance es masivo. Hoy en día el acceso a internet es indispensable para realizar nuestras actividades diarias y aún más para poder estar en contacto con el mundo exterior en épocas de pandemia.

De todos los medios descritos anteriormente se enfocará los periódicos que es un medio masivo y es el que ayudará al desarrollo y comprensión del presente proyecto.

El periódico es un medio visual masivo, idóneo para anunciantes locales. En los cuales se pretende comunicar información al público utilizando redacción de contenido así como el complemento fotográfico con todos los signos semióticos y lingüísticos necesarios para poder llegar a una mejor interpretación, de lo que se ve y de aquello que se entiende de forma diferente, dependiendo del nivel cultural y conocimiento previo del tema expuesto en las imágenes.

El análisis semiótico de las fotografías va más allá de solo algo colorido o bonito, es más profundo, completo y totalmente diferente a lo que pensamos o estamos acostumbrados a

pensar, es por eso que varios investigadores y expertos en semiótica como Roland Barthes, Pierce, Eco, Saussure, entre otros, han logrado demostrar que los signos icónicos - semióticos tienden a dar un giro talmente al entendimiento normal de las imágenes; ya sean esta publicitaria, periodísticas, entretenimiento o cualquier tipo de imagen que se desee presentar o utilizar al momento de transmitir un mensaje claro, y con sentido común.

Las imágenes son elementos fundamentales para la presentación de alguna información, la cual queremos que sea clara, dependiendo de los signos que se encuentren presentes en ellas, siendo más precisas desde el enfoque semiológico que el autor le quiera dar a su imagen presentada.

La fotografía es un arte, es la capacidad de poder retratar algo que deseamos mantener plasmado por mucho tiempo, ya que es algo que en su momento nos causa algún interés emocional, y al hablar de las emociones también estamos hablando de un signo y de la información que este nos presenta, en este caso la emoción es el mensaje oculto dentro de una imagen personal, pero nos ponemos a buscar en diferentes tipos de imágenes es más que claro que el mensaje connotativo y denotativo va a ser diferente, por la presentación visual que estos muestran y la captación del mensaje de forma personal.

La semiótica peirceana proporciona una teoría general completa del significado y la representación. Para Peirce todo lo que existe es signo, en cuanto que tiene la capacidad de ser representado, de mediar y llevar ante la mente una idea, y en ese sentido la semiótica es el estudio del más universal de los fenómenos y no se limita a un mero estudio y clasificación de los signos. También nuestros pensamientos son signos y por eso la lógica en sentido amplio no es «sino otro nombre para la semiótica, la cuasi-necesaria o formal doctrina de los signos.

La semiótica de Peirce parte de la convicción de que la significación es una forma de terceridad. La relación significativa es irreductiblemente triádica y tiene siempre tres elementos: signo, objeto e interpretación. Peirce da la siguiente definición de signo:

Un signo o representame es algo que está por algo para alguien en algún aspecto o capacidad. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o quizás un signo más desarrollado. A ese signo que crea lo denomino interpretante del primer signo, el signo está por algo, su objeto.

De este modo Peirce añade a la definición clásica de signo como algo que está por otra cosa una referencia a la mente. Lo que Peirce denomina “interpretante”, que es a su vez un nuevo signo al que el objeto da lugar en la mente del que usa el signo, supone la mediación entre el signo y el objeto, cumpliéndose de esa manera la función propia del signo. Si el signo no tuviera la capacidad de producir esos pensamientos interpretantes en una mente, no sería significativo.

De esta manera, un signo da lugar a otro en un proceso ilimitado. A esa acción del signo que envuelve siempre tres elementos Peirce la denominó “semiosis”. El pensamiento en cuanto signo es interpretado y desarrollado en el pensamiento subsiguiente, y estamos así inmersos en un proceso infinito de semiósis que no es automático, sino que requiere la intervención de la imaginación, pues podemos determinar, hacer crecer y clarificar más los signos en ese proceso. El hombre en cuanto sujeto semiótico está siempre sujeto a la posibilidad de crecimiento.

Peirce elaboró muchas clasificaciones de los signos. Desarrolló un complejo mapa de 66 clases de signos, de los que, como él mismo afirmaba, surgirían combinándolos más de 59.000 variedades. Sin embargo, la división de los signos a la que Peirce se refiere con más frecuencia y la más citada es la de icono, índice y símbolo. El icono sería un signo que representa a su objeto en función de una similaridad o parecido con él, como por ejemplo, un retrato o una raya de tiza que representa una determinada línea geométrica. Un índice sería un signo que es afectado por su objeto, es decir, que se refiere a él por una compulsión ciega; por ejemplo, un agujero de bala en la pared, una veleta o las huellas en la arena de alguien caminando. Un símbolo es el signo que representa a su objeto en función de una ley o convención, de una conexión habitual. Sería el caso, por ejemplo, de cualquier palabra y su significado.

Barthes hace de la semiótica una ciencia, cuyo interés no son los objetos, sino los discursos que de ellos se elaboran, así como el lenguaje y los signos que están en lugar de los objetos. En esta ciencia, los signos son por sus relaciones dinámicas.

Una de las líneas más importantes de la semiótica es: la semiología estructuralista, siendo Barthes, uno de los cultivadores de ésta, desarrollándola y dándole sistematicidad. Barthes, desarrollo una semiología que fuera el estudio del signo en general, más allá de la

lingüística. Él estudia el significado y como se hace intangible o significativo lo cotidiano, como los seres humanos hacen significante lo insignificante, es por ello que estudia lo no dicho o lo que queda implícito.

Establece que la semiología tiene por objeto el estudio de todos los sistemas de signos. Concluyendo que el lenguaje no es más que un subconjunto de signos. De igual manera, se precisa y existe una dependencia de la semiología respecto a la lingüística, Barthes, se refiere a que la lingüística esta destinada a ser absorbida por una translinguística, colocando a la semiología como una parte de la lingüística.

En Mitologías concibe a la semiología como un método para el análisis de la ideología. Es en este marco donde define la categoría de mito como habla de la cultura, reinstrumentalizando el modelo de Saussure. Por lo tanto, si el mito equivale al habla, entonces la cultura ocupará el lugar de la lengua en el sistema semiológico. El mito, entonces, puede leerse como la materialización de la cultura y como el objeto de estudio de la ideología.

A partir de las nociones de Significante y Significado, Barthes ubica saberes e historias existentes en la cultura en algún momento de su diseño. El Sentido pasaría a ser aquella noción que sintetiza esos saberes o historia constituida. El Concepto sería la construcción de otros saberes e historia sobre la base de la idea previa, mientras que la Significación correspondería al Mito: aquello que finalmente consumimos y naturalizamos de la cultura. Barthes describe las operaciones del mito: Significación, Motivación, Naturalización, Despolitización, Ultrasignificación. Según Barthes, es la semiología la que se incluye en la lingüística y no a la inversa como lo planteaba el mismo Saussure. La semiología se ocupará, entonces, de las grandes unidades de discurso que la lingüística no puede abordar. El aporte de Roland Barthes, es incluir al estudio de los signos, la semiología. Esta disciplina, entiende que los seres humanos se comunican no solamente a través de los signos lingüísticos, sino también de otros elementos culturales tales como la ropa, el peinado, los gestos, las imágenes, las formas y los colores a fin de convencernos unos a otros respecto de las emociones, valores e imágenes que deseamos transmitir.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

Para la presente investigación se aplicó la metodología de investigación cualitativa. Por medio de la misma se busca constatar la información para obtener resultados confiables; de lo cualitativo obtendremos un análisis más profundo sobre el significado de cada uno de los elementos presentes en las fotografías de diario Extra y diario el Universo en el periodo marzo - mayo del 2020; considerando que los medios de comunicación escritos deben tener una idea clara de lo que desean presentar a sus consumidores por medio de la fotografía que representan en sus contenidos sobre casos de suma importancia y relevancia que hemos vivido en este periodo.

El método utilizado fue el deductivo, al ser aplicado en nuestra investigación involucramos los conocimientos que manejamos acerca de nuestro tema, validándola con investigaciones solidas ya realizadas anteriormente las cuales serán utilizadas como referencia en nuestro trabajo de investigación.

La herramienta utilizada en este proceso fue la observación; para la cual voy a crear una ficha de observación bajo ciertos parámetros semióticos, tales como el signo icónico y el signo plástico, con investigación previa de los mismos.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

En el presente trabajo investigativo se realizó un análisis comparativo de los recursos fotográficos en los diarios Extra y El Universo periodo marzo – mayo 2020 , por medio de una ficha de observación que contiene ciertos parámetros semióticos que facilitaron nuestro trabajo de investigación y explicamos de forma clara cada uno de los puntos estudiados y analizados en las imágenes los cuales favorecerán al target que se dirigen estos dos medios, tal como diario extra tiene mayor acogida casi por un 80% de los ecuatorianos, en cambio diario el Universo es solo consumido por un 20/30% de la población, considerando la calidad informativa visual y textual que ambos diarios ofrecen, incluyendo el costo de los mismos.

Los signos icónicos hacen relación al estudio del color, el significado del mismo, la textura y la composición del elemento fotográfico, demostrando así que cada detalle que compone nuestra fotografía tiene un significado; también podemos observar y demostrar que no todos

pueden entender de la misma forma una imagen; ya que cada persona tiene una connotación diferente.

Sin embargo la denotación es la misma, ya que nuestra vista pueda observar toda la estructura que se encuentra visualmente presente, ya sea textual o gráfica, dentro de nuestro estudio también tomamos en cuenta al signo plástico-icónico, que se encarga de explicar el tipo de encuadre,

plano, ángulo, tipo de iluminación, y ciertos rasgos faciales y corporales (ANEXO: Ficha N°1).

Además, analizamos caricaturas periodísticas (ANEXO: Ficha N°3), las cuales contienen información de forma cómica y entretenida, pero dejan un mensaje visual muy claro; ya que este posee un alto grado de signos visuales que permiten llevar al lector a una conclusión más obvia y entendible. Sabemos que se encuentra en la sección de opinión de los diarios, por eso se hace más interesante su interpretación, porque queremos interpretar desde el punto de vista del columnista la visión de su trabajo animado llegando de una forma conmovedora y que esta sea recordada.

Nuestras imágenes fueron tomadas de las plataformas digitales de estos medios, tomando en cuenta la importancia de las imágenes y noticia dada a conocer en la fecha publicada, tales como la que podemos observar en nuestra ficha de observación (ANEXO: Ficha N°2) , que nos da a entender que clase de información está dando a conocer, en este caso nos habla sobre los muertos que ha habido durante la pandemia y las afectaciones que tiene el sector turístico del país.

Tomando en cuenta que las publicaciones de estos diarios pueden tener similitud de información textual, hay que recalcar que no existe igualdad de información visual fotográfica, ya que cada medio cuenta con un formato diferente para su contenido, pudiendo diferenciarlos de esta manera como medio serio y formal o medio amarillista/sensacionalista.

Cada una de las imágenes presentadas en las fichas de observación fueron analizadas desde una perspectiva semiótica, donde explicamos la denotación tal cual se visualizan las fotografías, y la connotación que nosotros tuvimos de las mismas, tomando en cuenta otros aspectos que contiene una fotografía tales como planos, ángulos, encuadres, significado de los colores, iluminación, etc. Mencionado anteriormente que se realizó un análisis de caricaturas periodísticas se las analizo con la definición y género de estos.

III CONCLUSIONES

- Por medio de este trabajo de investigación podemos llegar a la conclusión de que, cada medio de comunicación escrito maneja un formato fotográfico al momento de la publicación de su contenido, dando así a conocer el mensaje de la forma tradicional del mismo medio de comunicación.
- Podemos observar la diferencia de contenido de los medios, dependiendo del target al cual este va dirigido, incluyendo al título de la noticia que se va a representar con el elemento fotográfico; y así determinar el mensaje que se desea transmitir a los lectores con la pre-visualización de la imagen que presentan los diarios en sus noticias.
- Por ende, este trabajo nos ayudara a comprender de mejor manera la utilización de la fotografía en la prensa escrita, y así poder analizarla desde una perspectiva diferente con mayor claridad y precisión, adquiriendo la información que esta desea transmitir hacia los lectores.

IV RECOMENDACIONES

- Respetar los formatos de cada de medio de comunicación escrita, ya que esta es la forma tradicional que los lectores están acostumbrados a ver y consumir de su medio escrito preferido, y dan tal aceptación para la publicación de estos contenidos.

- Generar un contenido adecuado textual y visual, para poder conseguir la atención necesaria por nuestro target seleccionado, siendo claros, precisos y concisos con la información a emitir en nuestro contenido fotográfico desde una perspectiva más profesional y adecuada para nuestro público.
- Mejorar la percepción visual que desean transmitir a sus lectores, utilizando correctamente los signos lingüísticos, plásticos e icónicos, que debe tener una imagen para poder ser entendida de una forma más cultural e informativa, y exista mayor retención del mensaje captado por el receptor.

V BIBLIOGRAFIA

- Alvarado, M. (29 de marzo de 2009). *Lenguaje de los medios de comunicacion* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/mariafabiola/lenguaje-de-los-medios-de-comunicacin>
- anonimo. (23 de SEPTIEMBRE de 2013). *WIKIPEDIA*. Obtenido de DIARIO EXTRA ECUADOR:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Diario_Extra_\(Ecuador\)#:~:text=El%20Diario%20Extra%20es%20un,m%C3%A1s%20vendido%20a%20nivel%20nacional](https://es.wikipedia.org/wiki/Diario_Extra_(Ecuador)#:~:text=El%20Diario%20Extra%20es%20un,m%C3%A1s%20vendido%20a%20nivel%20nacional).
- anonimo. (s.f.). *Elementos que integran un sistema de comunicación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/evaintroduccion/elementos-que-integran-un-sistema-de-comunicacion>
- Aviles, E. (s.f.). *Enciclopedia del Ecuador*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/periodismo/>
- Beatriz Gonzalez, A. C. (Noviembre de 2015). *El potencial Educativo de la Fotografía*. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2016/01/cuaderno-fotografia.pdf>
- BORBOLLA, M. H. (15 de JUNIO de 2012). *FITZIONARIO*. Obtenido de Apuntes de semiótica y/o semiología: <https://manuelhborbolla.wordpress.com/tag/semiotica-de-la-imagen/>
- Manuelhborbolla. (15 de junio de 2012). *Fitzionario*. Obtenido de Fitzionario: <https://manuelhborbolla.wordpress.com/tag/semiotica-de-la-imagen/>
- Nates, Ó. C. (03 de MAYO de 2014). Obtenido de ELEMENTOS DEL LENGUAJE FOTOGRÁFICO: <https://oscarenfotos.com/2014/05/03/elementos-del-lenguaje-fotografico/>
- PALACIOS, E. (07 de AGOSTO de 2014). *PRESI*. Obtenido de SIGNO ICONO ---&--- SIGNO PLASTICO: <https://prezi.com/dgpkncdipxp/signo-icono-signo-plastico/>
- PINOS, E. A. (s.f.). *PERIODISMO*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/periodismo/>
- Raffino, M. E. (05 de diciembre de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de Fotografía: <https://concepto.de/fotografia/>.
- Raffino, M. E. (20 de agosto de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Medios de comunicación: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

TODOAL27. (15 de abril de 2013). Obtenido de Roland Barthes: Retórica de la imagen y recursos de connotación fotográfica:

<https://todoal27.wordpress.com/2013/04/15/roland-barthes-y-la-retorica-de-la-imagen/>

VI ANEXOS



Ficha N°1

ITEMS	DIARIO EXTRA	DIARIO EL UNIVERSO
FECHA	4 de Marzo de 2020	4 de Marzo de 2020
TITULO	Salud confirma 3 nuevos casos de coronavirus en Ecuador suben a 10 los contaminados.	Ascienden a 10 los casos de coronavirus en Ecuador y se amplía cerco epidemiológico a 121 personas, informa el Ministerio de Salud.
IMAGEN	<p>#Coronavirus: 10 casos confirmados por contacto directo con la primera paciente en Ecuador. http://m1.ly/0m5L50qni03w</p> 	<p>EL UNIVERSO Ascienden a 10 los casos de coronavirus en Ecuador y se amplía cerco epidemiológico a 121 personas, informa el Ministerio de Salud</p> <p>Ascienden a 10 los casos de coronavirus en Ecuador y se amplía cerco epidemiológico a 121 personas, informa el Ministerio de Salud</p> 
DENOTACION	Podemos observar un ante título y un título, fecha de publicación, nombre del diario.	Nombre del diario, grupo de personas hablando, una mesa, un micrófono tres banderas, titular de la noticia.
CONNOTACION	Se puede entender que está anunciando lo que se va a leer en la información que continúa después de la imagen.	Transmisión de una rueda de prensa a nivel nacional sobre la información de la situación actual por COVID-19.

COLORES	<p>Negro: se trata del color del misterio, la seriedad y elegancia.</p> <p>Morado: se asocia con el lujo, el poder, la sabiduría, la creatividad, y la magia.</p>	<p>Colores Fríos: representan seriedad, e introspección, Profesionalismo, bienestar</p> <p>Colores Neutros: contraste con colores fríos.</p>
ENCUADRE	Vertical	Horizontal
PLANO	Plano general	Plano conjunto
ILUMINACION	Frontal	Luz artificial
ANGULO	Normal	Normal
RASGOS FACIALES/CORPORALES	No posee rasgos	Caras serias, manos sobre la mesa, y cuerpo totalmente erguidos.

ITEMS	DIARIO EXTRA	DIARIO EL UNIVERSO
FECHA	20 de abril del 2020	20 de abril del 2020
TITULO	¡SIN TURISTAS SOLO CON MUERTOS!	Fallecidos en época de coronavirus en Guayaquil.
IMAGEN		
DENOTACION	Ante título, título, signos de exclamación, texto, viñetas, numero de página, un ataúd, cuatro personas vestidas de blanco, y una camioneta.	Se puede observar a 6 personas, las cuales 3 de ellas están sobre un vehículo acomodando un ataúd, otro grabando el suceso, uno de ellos es miembro de una institución pública de control vehicular, y una ciudadana simplemente observando lo acontecido.
CONNOTACION	Información sobre muertes por emergencia sanitaria COVID-19.	Se sobreentiende que están llevando los restos mortuorios hacia un cementerio para poder enterrar el cadáver, tomando las medidas de bioseguridad.

COLORES	<p>Negro: se trata del color del misterio, la seriedad y elegancia y se lo relaciona con la muerte.</p> <p>Blanco: está vinculado con la pureza y la bondad.</p> <p>Rojo: es un color “polisémico”, que crea ansias y se convierte en vivencia.</p> <p>Amarillo: se relaciona con la curiosidad, la alegría y el optimismo.</p>	<p>Colores fríos: representan seriedad, e introspección, Profesionalismo, bienestar y tristeza.</p>
ENCUADRE	Vertical	Horizontal
PLANO	Plano general	Plano conjunto
ILUMINACION	Frontal	Natural
ANGULO	Normal	Normal

ITEMS	DIARIO EXTRA	DIARIO EL UNIVERSO
FECHA	27 de Mayo 2020	27 de Mayo 2020
TITULO	Tiro de gracia	Pilares del último año de gobierno
IMAGEN	caricatura por: Adrián Peñaherrera 	caricatura por : Bonil Pilares del último año de gobierno  <ol style="list-style-type: none"> 1. Salud 2. Alimentación 3. Empleo 4. Dolarización 5. Arroz con huevo...
DENOTACION	Elementos cómicos como el avión, una araña, texto, signos de exclamación, mano con un termómetro digital.	Lenin Moreno en su silla de ruedas, números y texto.
CONNOTACION	Carencia de alimento y poca atención médica.	Desempleo, poco interés, soluciones absurdas.
COLORES	Amarillo: curiosidad, contradicción. Violeta: frivolidad. Blanco: bondad y pureza. Naranja: extraversión Rosa: inocencia y generosidad. Negro: se trata del color del misterio, la seriedad y elegancia y se lo relaciona con la muerte. Rojo: ansias. Celeste: pureza y divinidad. Gris: aburrimiento, anticuado y crueldad.	Violeta: frivolidad y originalidad. Blanco: bondad y pureza. Negro: se trata del color del misterio, la seriedad y elegancia y se lo relaciona con la muerte.

ENCUADRE	Horizontal	Horizontal
PLANO	Plano general	Plano medio corto
ANGULO	Normal	Normal
RASGOS FACIALES/CORPORALES	Imagen de un avión cansado y con mucha hambre.	Conformidad con la crisis nacional.
DEFINICION	Satírico	Satírico
GENERO	Caricatura/entretenimiento	Caricatura/entretenimiento
MENSAJE LINGUISTICO	<p>Texto: un sector laboral que ha sido explotado muy fuerte por la crisis del COVID-19.</p> <p>Exclamación: ¡Nos estamos muriendo de hambre!</p>	<p>Texto: Pilares del último año de gobierno.</p> <p>Numeración:</p> <p>1 salud 2 alimentación</p> <p>2 empleo 4 dolarización</p> <p>5 arroz con huevo...</p>
RELEVO	<p>Texto: en plena agonía.</p> <p>Exclamación: ¡Click!</p> <p>Mensaje: economía baja y el sector medio (pobres) está viéndose afectado.</p>	<p>Mensaje: incapacidad de gobernantes, desempleo y aumento de pobreza.</p>