



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**CONCEPCIÓN Y REALIZACIÓN DE UN
PORTAFOLIO FOTOGRÁFICO EN UN SITIO WEB**

T E S I N A

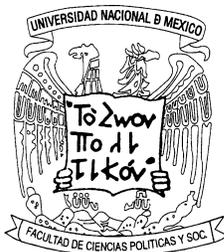
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

BEATRIZ SALAS BUENDÍA

ASESOR: LIC. VIRGINIA RODRÍGUEZ CARRERA



CIUDAD UNIVERSITARIA

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*“Internet nos ofrece nuevas formas de comunicación, producción y comercialización. Una de sus principales características, es la propiedad de ser “colaborativa”: los datos que circulan por ella pueden compartirse. Esta dinámica abarca también a la fotografía que está en la red, donde todos podemos exhibir nuestras fotos y ver las de los demás. Hoy, más que nunca, podemos conocer el trabajo de innumerables fotógrafos de todo el mundo o dar a conocer el nuestro; solo hay que saber buscar y saber hacerse encontrar”**

**La Fotografía en Internet.
Por Jorge Da Fonseca**

* Jorge Da Fonseca, titular del portal *multimagen.com*, creado en 1997.
http://www.lanacion.com.ar/archivo/nota.asp?nota_id=744450&origen=relacionadas

AGRADECIMIENTOS

Agradezco enormemente a mi mamá Hilda Buendia por ser la guía que me inspiró en alcanzar mis metas con amor y respeto, al compañero de mi vida especialmente, Jean-Luc Lenoble y a mi hijo Pablo por su amor, apoyo y estímulo, por ser juntos el motor de mi alegría y de mis ganas de salir adelante.

Doy las gracias a mi hermana Ceci a René y a mi papá Celestino por estar conmigo siempre apoyándome en todas las circunstancias posibles, con calor humano y mucha paciencia e indiscutible amor, y por supuesto a mi familia por su presencia en la vida que compartimos y amamos.

A mi amiga Gordana Segota, por su constante apoyo, empuje y motivación para realizar este trabajo, por su predisposición permanente e incondicional en aclarar mis dudas y por sus substanciales sugerencias durante la redacción de la tesis. Por su cariño. Así también a Carlos Martínez, Carlos Buendía y a Graciela Balleza por su amistad incondicional.

A mi querida asesora Virginia por sus valiosas críticas en un marco de afecto, confianza y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo.

A mi entrañable amigo Edingardo, eterno agradecimiento, por haber sido un motivo constante en el logro de este objetivo y por que desde donde este se que brindará por mi y por haber concluido esta etapa. Por su amistad y compañerismo en toda esa vida que vivimos juntos.

ÍNDICE

Agradecimientos p. 4

INTRODUCCIÓN p. 5

CAPITULO I

1.1. Breve historia de la fotografía

Instantes del pasado que conducen al presente p.7

1.2. Cuando fallan las palabras p.12

1.2.1. Definición p.12

1.2.2. Uso popular p.12

1.2.3. Uso ideológico, como texto, lenguaje, discurso, narración p.14

1.2.4 Creador de imágenes, medio de expresión p.17

CAPITULO 2

2. 1 ¿Qué es Internet? p.21

2. 2 Internet. Posibilidad tecnológica para comunicar p.22

2. 3 Impacto de Internet p.25

CAPITULO 3

3. 1 Qué es una página *web* p.31

3. 2 Buscadores p.34

3. 3 Herramientas de programación: Dreamweaver y Flash p.37

3. 4 Estructura del sitio y mapa de sitio p.39

3. 5 La creación del sitio personal p.40

3. 6 Portafolio fotográfico e imagen p.46

CAPITULO 4

4. 1 Presentación del portafolio fotográfico p.51

4. 2 Conclusiones p.53

4. 3 Fuentes de Información. Bibliografía, hemerografía
y direcciones electrónicas p. 57

4. 4 Anexo fotográfico

INTRODUCCIÓN

El portafolio fotográfico en un sitio *web* que presento en este trabajo es el fruto de una búsqueda por hacer de la fotografía mi medio de expresión. Se trata de un resumen del camino recorrido como fotógrafa a lo largo de quince años de trabajo en diferentes géneros hasta conformar, como opción de titulación, una producción fotográfica en Internet, herramienta que me permite comunicar y hacer públicas mis imágenes.

Así mismo, en el primer capítulo presento los elementos teóricos, necesarios para una comprensión del fenómeno fotográfico. Inicio con un breve panorama sobre la historia de la fotografía, desde sus orígenes en 1839 hasta la actualidad, cuando se presenta en su forma más evolucionada como fotografía digital. Para acercar al lector a la dimensión que tiene actualmente la fotografía en nuestra sociedad, parto de su definición y señalo su uso popular y cotidiano, diferenciándolo de su uso ideológico, como texto, como lenguaje en sí mismo y como fuente de discurso y narración, en donde la imagen fotográfica es la interpretación que el fotógrafo coloca en ella, “cuando fallan las palabras” es el trabajo que convierte a una imagen “normal” en una imagen textual, en una imagen que se lee, en la composición de una imagen que genera contenido.

Cierro el capítulo con el inciso “Creador de imágenes, medio de expresión”. Que versa acerca del quehacer fotográfico profesional: las actitudes que se necesitan, la capacidad de observación, y la búsqueda de nuevos ángulos, de nuevas técnicas, y formas de ver, la utilización de todos los elementos que se puedan para ayudar al autor de la fotografía a ver de una manera fotográfica. Existe un vínculo comunicativo entre el fotógrafo como emisor, las fotografías como el mensaje y el espectador como el receptor, recreación dialógica que como un pacto visual, abre la reflexión hacia lo que ven nuestros ojos, el querer saber lo que se ve y hacia la pregunta: ¿qué vemos y cómo vemos los fotógrafos?.

Continuamos con la explicación de qué es una página *web*, cómo utilizar los buscadores y cómo preguntar a un motor de búsqueda para que nuestra consulta sea más acertada, de acuerdo a nuestra intención.

Las herramientas de programación que utilizamos como lenguaje para publicar en Internet y realizar el sitio *Dreamweaver* y *Flash*, se explican de manera detallada y paso a paso, el sitio terminado se puede consultar en la siguiente dirección:

<http://arte-mexico.com/beatrizsbuendia/index.html>

<http://beatrizsbuendia.comlu.com>

Finalizamos con la presentación del portafolio y un anexo fotográfico para brindar un registro en papel.

CAPÍTULO 1

BREVE HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA

Instantes del pasado, que conducen al presente

La palabra, “fotografía” tal y como la conocemos ahora, la utilizó por primera instancia en 1839 Sir John Herschel¹. Ese mismo año se publicó todo el proceso fotográfico. La palabra se deriva del griego *foto* igual a luz y *grafos* igual a escritura.

La idea de la fotografía nace como síntesis de dos experiencias muy antiguas. La primera fue el descubrimiento del hecho de que algunas sustancias son sensibles a la luz; la segunda fue el descubrimiento de la cámara oscura.

La máquina oscura de la que deriva la cámara fotográfica, fue realizada mucho tiempo antes de que se encontrara el procedimiento para fijar con medios químicos la imagen óptica producida por ella.

El primer paso para fijar la imagen reproducida en la caja oscura, sin tener que llegar a copiarla o plasmarla a mano, ocurrió en 1727, año en que se realizó una demostración de la investigación experimental sobre la sensibilidad a la luz del nitrato de plata, por el alemán J.H. Schulze².

El mérito de la obtención de la primera imagen duradera, fija e inalterable a la luz pertenece al francés Joseph Nicéphore Niépce³.

En 1835 Jacques Daguerre⁴ publicó los primeros resultados de su experimento, proceso que llamó daguerrotipo, que consistía en láminas de cobre plateadas y tratadas con vapores de yodo.

¹ John Herschel. Acuñó los términos "fotografía", "negativo", "positivo", y descubrió el uso del tiosulfato de sodio como fijador de las sales de plata. También informó a Daguerre de que su propio descubrimiento del hiposulfato de sosa fijaría sus fotografías haciéndolas permanentes.

² J.H. Schulze: revela por primera vez la sensibilidad a la luz de las sales de plata, en 1727.

³ Nicéphore Niepce, científico, inventor y fotógrafo francés, nació en el año 1765 y murió en 1833: creó junto con su hermano un motor para barco y, junto con Daguerre participó en la invención de la fotografía.

⁴ Louis Jacques Mandé Daguerre fue el inventor de la fotografía. Era pintor y decorador teatral. Nació en Cormeilles-en-Parisis, Valle del Oise el 18 de noviembre de 1787 y murió el 10 de julio de 1851 en Bry-sur-Marne (Valle del Marne).

El daguerrotipo contó con una buena respuesta y pronto empezó a difundirse por Alemania, Estados Unidos, Italia, Inglaterra, etc. Se empezaron a vender cámaras que no llevaban la firma de Daguerre (piratería de la época). Estos vendedores y los aficionados que las compraban, son responsables de la evolución de las cámaras, aligerándolas de peso, construyéndolas con materiales baratos y lentes simples; y también al reducir poco a poco el tiempo de exposición (en 1842 es reducido a 40 o 30 segundos).

El desarrollo de la imagen sobre papel empezó en 1837. William Henry Fox Talbot⁵, inventor de un procedimiento fotográfico que consistía en utilizar papel negativo, en el cual se podía reproducir un número ilimitado de copias, partiendo de un único negativo, el calotipo.

Tras la desaparición del daguerrotipo, alrededor de los años 50, el calotipo cedió rápidamente su lugar al colodión. La posibilidad de la imagen instantánea en una época en que el retrato era la finalidad de la fotografía, hizo que empezara a aparecer la imagen del fotógrafo callejero.

Lo más relevante de la época del colodión fue su aplicación sobre diversos soportes además del vidrio, como el cuero, el papel, el fierro, otros plásticos y cerámicas.

En 1861, el físico británico James Clerk Maxwell⁶ obtuvo la primera fotografía en color, con el procedimiento aditivo de color.

⁵ William Henry Fox Talbot (1800-1877), científico y filólogo Inglés, uno de los pioneros en el ámbito fotográfico, inventor del proceso negativo-positivo.

⁶ James Clerk Maxwell. Nació en Edimburgo, 13 de junio de 1831. Murió en Cambridge, Reino Unido, el 5 de noviembre de 1879. Tiene el mérito de ser el padre de la síntesis aditiva. Hizo que el fotógrafo Thomas Sutton fotografiara un estampado escocés tres veces, cada vez con un filtro de color diferente sobre la lente. Las tres imágenes fueron proyectadas en una pantalla con tres proyectores diferentes, cada uno equipado con el mismo filtro de color utilizado para tomar las imágenes. Al unir los tres focos formó una imagen a todo color, demostrando así los principios de la síntesis de color.

Un sistema de color aditivo implica que se emita luz directamente de una fuente de iluminación de algún tipo. El proceso de reproducción aditiva normalmente utiliza luz roja, verde y azul para producir el resto de colores. Combinando uno de estos colores primarios con otro en proporciones iguales produce los colores aditivos secundarios: cian, magenta y amarillo. Combinando los tres colores primarios de luz con las mismas intensidades se produce el blanco. Variando la intensidad de cada luz de color finalmente deja ver el espectro completo de estas tres luces.

En 1884 el americano George Eastman⁷ fabricó la primera película en carrete de 24 exposiciones. Y en 1888 lanzó al mercado otro aparato revolucionario de pequeñas dimensiones (18cm de largo), que estaba provisto de un cargador de 100 exposiciones. Dotado de un foco fijo y una velocidad de obturación de 1/25 segundos. Después de realizar el último disparo, se enviaba a revelar las 100 fotos y se recargaba de nuevo la máquina con otro carrete.

Costaba alrededor de 25 dólares y se publicó con el eslogan “Usted apriete el botón, nosotros haremos el resto”. Este nuevo invento recibió un nombre que se haría famoso en la historia de la fotografía: Kodak.

Eastman,⁸ al crear la primera cámara fotográfica, fundó también en (1854-1932) la casa Kodak. Incluyó en 1891 la primera película intercambiable a la luz de día. De la película sobre papel se pasó en 1889 a la película celuloide.

Más tarde se comenzó a utilizar la fotografía en la imprenta para la ilustración de textos y revistas, lo que generó una gran demanda de fotógrafos para las ilustraciones publicitarias.

También llegó la proliferación de este arte, oficio y profesión, ya que fue requerido por personajes de la política, la cultura etc., que valoraban en la fotografía la posibilidad de permanecer para la posteridad, reflejada su imagen lo más cercana a la realidad, y así perpetuarse en el recuerdo de sus descendientes.

En 1886 surge un movimiento dirigido a que se reconozca la fotografía como un arte. Se le atribuye este logro a Alfred Stieglitz⁹, quien a principios del siglo veinte abrió una

⁷ George Eastman, nació el 12 de julio de 1854. y murió el 14 de marzo de 1932, fue el fundador de la Eastman Kodak Company e inventor del rollo de película, que sustituyó a la placa de cristal, con lo cual consiguió poner la fotografía a disposición de las masas. El rollo de película sería también algo básico para la invención del cine, ya que su uso se encontraba en las creaciones de los pioneros del cine como Thomas Edison, los Hermanos Lumière y Georges Méliès.

⁸ Para profundizar se puede consultar: <http://www.kodak.com/US/en/corp/kodakHistory/eastmanTheMan.shtml>

⁹ Alfred Stieglitz (1 de enero de 1864 – 13 de julio de 1946), fotógrafo estadounidense de ascendencia alemana, se encontró con la fotografía a la edad de 11 años, observando las manipulaciones que en su laboratorio realizaba un retratista local. Estudió ingeniería mecánica y fotografía en Berlín, donde adquirió su primera cámara. Con ello intentó, y consiguió, saltar las barreras imperantes en la época como, por ejemplo, el que sólo se pudieran tomar fotografías a plena luz. Investigó con luces y bulbos y llegó a obtener un negativo perfecto con una exposición de 24

galería de arte destinada a la exposición de fotografías; algunos nombres famosos de esa época son:

Edward Steichen, Clarence White, Paul Strand, Edward Weston, Berenice Abbot, Man Ray, Ansel Adams.

Con la Guerra Hispanoamericana, en el siglo diez y nueve, surge el fotoperiodismo, y entre las figuras se distingue Roger Fenton. A principios del siglo veinte Louis Hine y Jacob Riis documentan la vida de la clase trabajadora y los pobres de Nueva York.

1903: se introduce el principio del color en la fotografía con Louis y Auguste Lumiere. Perfeccionan el procedimiento tricromático de Clerk Maxwell.

1924: Llega la cámara Leica al mercado, la primera cámara de 35mm. Su tamaño y lentes intercambiables la hacían la favorita de los fotoperiodistas. Algunos pioneros en el arte de la fotografía de 35mm son: Alfred Eisenstaedt, Margaret Bourke-White, Henri Cartier-Bresson

1935: llega al público la película Kodachrome. 1942: se introduce color sobre papel. Años 30: se distingue por el uso de películas rápidas y la fotografía de "flash" (luz de destello).

Años 40: se distingue por el uso de la cámara panorámica- Rolleiflex y Leica. Después de la II Guerra Mundial, los japoneses dominan el mercado con las cámaras que ellos fabricaban: la cámara Nikon desplazó la cámara Leica.

1947: se introduce el sistema Polaroid, por Edwin Land. Con un sistema plegable, la película se ubicaba en la parte trasera de la cámara, se debía esperar un minuto de revelado, después se podía sacar la película, se removía una cubierta negra y se liberaba la imagen positiva.

horas. Lo que en principio era una pasión por la fotografía, llegó a convertirse en obsesión. Muchos de sus amigos eran pintores lo que le llevó a luchar incansablemente por el reconocimiento de la fotografía como arte. Fue fundador y editor de las revistas "*Camera Work*" y "*Camera Notes*".

Las cámaras japonesas dominan el mercado para los años 50. Eso permite que la velocidad de los lentes y películas mejoren, un mayor número de personas se lanza al campo. Las universidades integran en sus programas de estudios cursos de fotografía.

A finales de la década del 60: la electrónica invade el campo con cámaras de enfoque automático y cámaras semiautomáticas y automáticas. En 1969: los laboratorios Bell hoy conocidos como AT&T crean el chip sensible a la luz, el principio de la fotografía digital.

En 1974: la Oficina de Acceso y Tecnología Espacial auspicia el proyecto para aumentar el tamaño del chip (CCD: "*Charged Coupled Device*").

En los años 80 surge la fotografía digital. La captura digital de imágenes se realiza sobre la superficie de un elemento electrónico o chip denominado CCD. Implica la activación de millones de puntos, los cuales graban de forma electrónica la luz que es capturada durante la exposición. El CCD funciona como una matriz de células sensibles a la luz.

Los píxeles que integran dicho elemento son el equivalente al tradicional grano de las emulsiones fotográficas; el CCD ocupa el espacio de un film tradicional dentro de una cámara de fotos.

En vez de efectuarse la toma en forma analógica sobre una emulsión común de halogenuros de plata y sustancias cromógenas, aquí un CCD captura la imagen digitalmente. Esta adquisición digital con base en píxeles o DPPI tiene la característica de que los píxeles que forman la imagen pueden ser controlados y manipulados dentro de una computadora sea PC o MAC por medio de aplicaciones tales como: *photoshop* o *live picture*, entre otros. Los millones de bits de información binaria que se generan en el momento que la luz cae sobre la superficie del CCD organizan la imagen pixel por píxel, unidad básica de la foto digital, lo que era el grano a la foto análoga.

Todos estos millones de bits se pueden manipular, es decir, podemos cambiar su brillo, su contraste, y sus valores cromáticos entre otros. Cuantos más datos por área existen mayor será la resolución espacial que tenga.

Años 90: la fotografía digital se hace accesible al público. Se va mejorando la tecnología – tamaño, calidad, costos - y coexiste con la fotografía tradicional.

1.2. CUANDO FALLAN LAS PALABRAS

Las primeras imágenes fueron consideradas una cosa especial, una maravilla, porque más directamente que cualquier otro trabajo visual, la fotografía era una evidencia, un modelo de veracidad que registraba y fijaba un aspecto de lo real en ese instante fotográfico y por lo mismo no podía ser negado, poseía una categoría que comunicaba a quien la veía.

Lo maravilloso de esa época es que no era sólo algo técnico, era algo más profundo. La apariencia, la presencia, estaban llenas de emociones de acuerdo a su interpretación y su lectura.

En nuestra era no hay obra de arte a la que se mire tan de cerca como a una fotografía de uno mismo, de los parientes y amigos más íntimos, de la novia de uno, escribió Lichtwark¹⁰ en 1907, desplazando así la pregunta del reino de las distinciones estéticas al de las funciones sociales.¹¹

1.2.1. Definición

Fotografía es el arte de fijar, por acción de la luz, la imagen de los objetos sobre una superficie (placa, película o papel). Así mismo, fotografiar es hacer fotografías y fotógrafo es el que se dedica a la fotografía y a tomar vistas fijas.

1.2.2. Uso popular

Cabe señalar que la fotografía cumplió y cumple usos sociales que le han sido

¹⁰ Alfred Lichtwark, (1852-1914) Hamburgo, Alemania. Historiador del arte, director del Museo de Hamburgo, fundador del mismo y de la educación y de la enseñanza de las artes en movimiento.

¹¹ Benjamin, Walter, *Pequeña historia de la fotografía*. (1931) pp. 121.

asignados, y aún ahora es importante para la mayoría de la gente, ya que fotografiar, a diferencia de otras actividades artísticas como la música, la pintura o la escultura, es totalmente asequible para todos y la afición a la fotografía es popular.

Este uso popular de la fotografía se reconoce como la era de la democratización de la imagen, pues los avances técnicos, como mencionamos con anterioridad, posibilitan la difusión y el acceso masivo de la población a la fotografía (el aficionado ya no necesita tener tantos conocimientos como antes).

Rescatar las fotos de familia, los recuerdos, los momentos, es un acto cotidiano, consumismo estético al que hoy todos somos adictos; mas no te hacen ser un fotógrafo profesional.

Dadas las funciones sociales que animan y limitan la práctica fotográfica popular, tanto los temas (quince años, reuniones familiares, bodas, graduaciones, etc.) y la forma de fotografiarlos se transforman en estereotipos. Aquello que se considera digno de ser fotografiado, de ser registrado, resulta limitado y repetitivo.

La fotografía se encuentra inmersa en la vida cotidiana, a fuerza de verla nadie lo advierte, en todas las capas sociales y aquí reside su gran importancia política, ya que recibe idéntica aceptación de todas las capas sociales.¹²

Una foto confiere importancia; en general quien se fotografía es una celebridad o una personalidad pública o política, aunque buena parte de la fotografía social se basa en momentos de identificación con la comunidad “la celebración”. Documentar lo insulso, trillado y humilde es también un medio de expresión individual, la igualación de distinciones entre lo bello y lo feo, lo importante y lo trivial. Algunas fotos son un estímulo y otras un bostezo, lo cierto es que en este juego todos se apuntan y se toman o tienen “la foto”.

La importancia que tiene la foto instantánea para las personas es tema conocido en los estudios de psicología social, así como el hecho de que cuando una persona es

¹² *Ibidem*, pp.7-8.

fotografiada, adopta ante la cámara una actitud que quiere o pretende representar ante la sociedad. Pareciera que el ojo de la cámara actúa como ojo social.

La fabricación y la contemplación de la fotografía de familia, de la fotografía popular, suponen la puesta entre paréntesis de algún juicio estético; la relación con el objeto expresa y es percibida por el que la mira con un significado, una lectura previa, una historia personal. Toda fotografía es un certificado de presencia.¹³

1.2.3. Uso ideológico, como texto, lenguaje, discurso, narración

Ideología es un conjunto de ideas con una particular concepción de las cosas, es el sistema que considera las ideas en sí y, haciendo abstracción de la metafísica, es la forma de pensar de una persona.

Con lo anterior rescatamos que la imagen fotográfica es la interpretación que el fotógrafo coloca en ella, es su visión, su motivo; él dará el mensaje a la imagen, la impregnará de su ideología aunque ésta sea leída de otra manera; convertirá, por así decirlo, la imagen normal, la imagen popular, en una imagen textual, con contenido, mientras que el receptor dará su propia interpretación, su propia lectura de la imagen.

La búsqueda de un fotógrafo que seriamente quiere aproximarse a la expresión artística, debe fomentar las emociones y las experiencias que enriquezcan su espíritu; la permanencia de esa imagen llegará del fondo de su corazón.

Su idea es su centro de visión, sustituye la actividad de la mirada por el instrumento de registro, produce de este modo la imagen, sujetándose al dominio de su cámara como extensión de sí mismo, con su uso ideológico, con su ojo fotográfico, con su mano fotográfica.

Freud redactó en 1930, en su texto *El malestar de la cultura*, la descripción de los medios que la civilización utiliza para extender los poderes del cuerpo humano, habla de

¹³ Cartier-Bresson, Henri. *La cámara lúcida*. Paidós Comunicación. Barcelona 1995. pp. 151.

la fotografía así:

Con la cámara fotográfica se ha asegurado un instrumento que fija las apariencias fugitivas, el disco del gramófono le presta el mismo servicio con relación a las impresiones sonoras efímeras; y ambos aparatos, en el fondo, no son más que la materialización de la facultad que le ha sido dada de recordar, es decir, de su memoria".¹⁴

“Cuando fallan las palabras”, la cultura visual se dispone, se activa, a partir de esa particular conjunción de texto e imagen. La placa fotográfica no interpreta, sólo registra y refleja la personalidad del autor, su identidad, su mirada, su trabajo, su contemplación, su reflexión y su ideología son las que comunican.

Los fotógrafos, como dijo Henri Cartier-Bresson:

Somos observadores pasivos en un mundo en perpetuo movimiento. Nuestro único momento de creación es ese 1/125 de segundo que tarda el obturador en dispararse.¹⁵

Parece surrealismo puro esta pasión, pero ¿qué podría ser más surreal que un objeto que virtualmente se produce a sí mismo con un mínimo esfuerzo, cuya belleza y carga emocional se logra con un simple ¡click!?

Este simple disparo es lo que Bretón llamó la *exploitante-fija*. Esta combinación de locura y amor que emana de la muñeca y de la esencia de la fotografía, de la que Barthes dice que “se ha vuelto loca”, que constituye una instancia de “la verdad loca”, es, en su extrañeza, en sus convulsiones, una especie de *amour fou*^{16 17}

El tener el ojo fotográfico, el aprender a contemplar un tema, los elementos, la perspectiva, los valores para dar un mensaje y contar con una imagen un mundo percibido con contenido es la ilusión y el objetivo del fotógrafo.

En su historia la fotografía ha pasado por diferentes etapas: primero como elemento de pura representación, segundo la necesidad de informar con el reporterismo gráfico, tercero, la democratización y el uso masivo de las cámaras fotográficas. El límite del

¹⁴ Freud, Sigmund. *El malestar en la cultura*. 1930. (versión PDF ref. en direcciones electrónicas).

¹⁵ Cartier-Bresson Henri, *op.cit.* pp.175.

¹⁶ *Amour fou*, amor loco en francés.

¹⁷ Krauss, Rosalind. *Lo fotográfico por una teoría de los desplazamientos*. Ed. Gustavo Gili, S. A., Barcelona, 2002. pp. 202.

conocimiento fotográfico del mundo está abierto; no es solamente un objeto, la realidad ha venido a depositarse sobre ella, a través del papel, de la imagen, representa y comunica, consiste y es una suerte de sentimentalismo, de conocimiento y de lectura.

Pues más allá de un simple recuerdo turístico o familiar, una foto elabora un documento para generaciones venideras, que juzgarán con su “única” percepción del mundo y dentro de un contexto histórico cultural su contenido .

En su texto *La fotografía como documento social* Gisèle Freund establece que:

Cada imagen posee su propio significado de conjunto. Es un proceso dialéctico.¹⁸

¿Cuál es el contenido del mensaje fotográfico? ¿Qué es lo que transmite la fotografía?

El desarrollo de la imagen fotográfica está íntimamente relacionado con la evolución social: la fotografía ha cambiado nuestra visión del arte y es punto de partida para los medios de comunicación.

En general, la imagen fotográfica es utilizada por la publicidad y la prensa, la fotografía con un fin, ya sea de consumo, de información o de propaganda. En la perspectiva de foto de autor, o personal, es esa mirada que documenta, despierta emociones y conmueve; la que forma parte de un momento único, valorado como tal, pero, al mismo tiempo tiene la virtud de ser multiplicable, pues el número de fotografías que se podría hacer de cualquier cosa es ilimitado. En un sentido creativo amplio, la importancia se la da el que la imprime, quien la posee.

La foto del amante escondida en la billetera de una mujer casada, el cartel fotográfico de una estrella de rock fijada sobre la cama de un adolescente, el retrato de propaganda del político prendido en la solapa del votante, las instantáneas de los hijos del taxista en la visera: todos los usos talimánicos de las fotografías expresan una actitud sentimental e implícitamente mágica; son tentativas de alcanzar o apropiarse de otra realidad.¹⁹

La foto como fenómeno social, es creadora de imágenes, en donde a cada individuo alguna foto favorita le mueve algún sentimiento por su contenido.

¹⁸ Freund, Gisèle, *La fotografía como documento social*, Ed. Gustavo Gili. México 1993. pp. 171.

¹⁹ Sontag, Susan, *opcit.* pp. 3.

1.2.4. Creador de imágenes, medio de expresión

“Hay gran cantidad de factores que pueden hacer que nuestras fotografías mejoren sustancialmente en el momento de ser tomadas. Muchos de ellos son de carácter técnico, pero los mas importantes dependen exclusivamente de la capacidad de observación del fotógrafo”.

Vicente Viola²⁰

Expresar en fotografía es representar, es poner a la vida representada en imágenes y emocionarse de la magia de la representación, mirar el mundo y sentirlo, es hablar del otro (de lo representado) a través de sí y, por tanto, cada instante de ese acaecer se bifurca en la capacidad de la mirada misma y la recreación de la alteridad; presencia y esencia básica del creador, del fotógrafo.

La mirada que se detiene en el instante explora la interioridad de aquellas emociones, motivos fabricados o creados, que se suscitan en el mismo acto, entre motivos libres y motivos ligados. La homogeneidad del autor, su lenguaje, su visión de las cosas, su agudeza o su inteligencia se van trabajando, se van formando. Como señalamos con anterioridad, una mirada con contenido ideológico es fundamental.

La imagen en sí misma es un soporte de comunicación visual, un medio de expresión que responde a la mente y a la imaginación del que la ejerce, del que la usa y comunica con ella.

La fotografía no sólo se ve, también se lee, puede ser interpretada, es susceptible a ello y su significado es la síntesis de dos intenciones: la manifestación en la imagen misma y la manifestada en el observador. Flusser lo apunta al mencionar que:

Las imágenes no son conjuntos de símbolos denotativos como los números, sino conjuntos de símbolos connotativos; las imágenes son susceptibles de interpretación. Mientras la mirada registradora se desplaza sobre la superficie de la imagen va tomando

²⁰ Vicente Viola es el Director de la Escuela Superior de Formación Fotográfica, de la Ciudad de La Plata en Argentina. Fundada en 1996.

de ésta un elemento tras otro: establece una relación temporal entre ellos. También es posible que regrese a un elemento ya visto y, así, transforme el 'antes' en un 'después'.²¹

El significado es el referente, el fotógrafo siempre estará en la búsqueda de nuevos ángulos, de nuevas técnicas, de nuevas formas de ver y transmitir imágenes, pretende establecer un código. Las lentes ven como ve el ojo, con absoluto detalle, con el pleno apoyo de todos los elementos visuales que el fotógrafo le aporte.

Vilém Flusser, señala:

Pese a que la cámara está basada en unos principios científicos y técnicos complejos, es muy fácil hacerla funcionar. Es un juguete estructuralmente complejo, pero funcionalmente simple. Como tal juguete constituye lo contrario del juego de ajedrez, que es simple en su estructura, pero complejo en su función: sus reglas son sencillas, pero es difícil jugar bien al ajedrez. Con una cámara en la mano cualquiera puede fabricar fotografías excelentes sin tener una noción de los procesos complejos que pone en marcha al apretar el disparador.²²

El fotógrafo, en el sentido que mencionamos, sí tiene noción de los procesos de los que puede echar mano, está interesado (de modo similar al jugador de ajedrez) en ver de una manera pensante, entregada a su mensaje, a su encuadre, a su objetivo, la luz y la sombra serán sus fichas blancas y sus fichas negras, y depende de cómo mueva sus fichas y de cuanto se tarda en moverlas, será el resultado de su imagen. La representación que se haga de ella, deberá ser cuidada para transmitir de la mejor manera posible, el interés que el autor en ese momento le confiera.

Roland Barthes habla en su libro *La cámara lúcida*, de lo más profundo de la fotografía, de su "otra cara", el valor simbólico que esconden las imágenes, los sentimientos en que se ve mezclada, y en todo lo relacionada que está la fotografía con la muerte. Lo que significa es que, con el autor de la fotografía se mantiene siempre vivo el ser fotografiado, el ser que a pesar del paso del tiempo seguirá ahí, intacto, esté vivo o muerto.

²¹ Vilém Flusser, *Una filosofía de la fotografía*, 1983. p.11.

²² *Ibidem*, p.27.

Manifestación artística, imitación perfecta de la realidad, reflejo de lo que no es, representación de lo que fue, imagen de lo que estuvo ahí, la fotografía ha sido un instrumento para que la humanidad perciba su ambiente y documente su existencia.

En su texto *la imagen en la era cósmica* Enrico Felchignoni, apunta:

Las discusiones sobre el realismo de las imágenes fotográficas derivan en gran parte del eterno malentendido, de la permanente confusión entre lo estético y lo psicológico, entre el verdadero realismo que tiene la necesidad de expresar el significado al mismo tiempo concreto y esencial del mundo, y el seudorealismo del *trompe-l'oeil* (efecto visual), que se contenta con la ilusión de las formas. La objetividad de la imagen fotográfica le confiere un poder de credibilidad ausente de la imagen pictórica. Sean cuales fueren las objeciones de nuestro espíritu crítico, estamos obligados a creer en la existencia del personaje representado, efectivamente **re-presentado**, o sea vuelto presente en el tiempo y en el espacio. La fotografía se beneficia de un *transfert* de la realidad de la cosa sobre su reproducción... Gracias a la imagen fotográfica nos sentimos por primera vez enfrentados al personaje mismo pero liberado de sus contingencias temporales.²³

Lo que se entiende por "efecto visual", prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, una bandera, y al representarlo hacemos un *transfert* de la realidad fotográficamente hablando.

Y es en este punto donde da comienzo la magia. Puesto que al restituir de ese modo las fisionomías, los objetos tal como **son**, la fotografía les confiere una presencia imaginaria que de ningún otro modo de reproducción había hasta entonces podido obtener. Y es ésta la razón por la que la fuerza mayor de la imagen fotográfica no reside en los dudosos valores de la "artisticidad", mediante los cuales los fotógrafos no hacen más que registrar sobre la superficie sensible un determinado cuadro previamente compuesto y por consiguiente al margen de lo real, sino, por el contrario, en los poderes con los cuales la fotografía es capaz de sorprender la "presencia" en su propio vigor autónomo.²⁴

Imágenes que, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, con informaciones diferentes. Mensajes que pasan delante de nuestros ojos, que pretenden proceder al menos a dos distinciones: la comunicación intencional o casual. Y un fotógrafo debería siempre ser intencional.

²³ Fulchignoni, Enrico. *"la imagen en la era cósmica"*. Ed. Trillas. p. 160.

²⁴ *Op. Cit.* p.161.

Esta recreación dialógica es un pacto visual; para el caso de la fotografía, por ejemplo, el productor de la foto hace ver y el receptor de la imagen ve hacer. El juego pedagógico se abre desde el querer saber lo que se ve, hacia la pregunta ¿qué vemos? ¿qué miramos? y ¿qué comunicamos?.

La cultura visual en general y la fotografía en particular –desde su aparición- ha acompañado y determinado al ser humano en su desarrollo, en su estructura psíquica, en su capacidad de pensamiento y en sus emociones, hoy día dialoga y convive en nuestra vida cotidiana. Casi podría asegurarse que nos acompaña desde que nacemos hasta el momento de nuestra muerte.

CAPITULO 2

2.1 ¿QUÉ ES INTERNET?

Internet puede definirse o identificarse como: "el Internet" o "Internet". pues Internet es una red y el género de la palabra es femenino. El artículo se utiliza como sinónimo del inglés, *the Internet*.

Según el Diccionario de la Real Academia Española Internet significa:

- 1.amb. *Inform.* Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. Ortgr. Escr. t. con may. inicial.

Internet es una red mundial de computadoras interconectadas con un conjunto de protocolos, siendo el más destacado, el TCP/IP (*Transmission Control Protocol*). Aparece por primera vez en 1960. También se usa este nombre como sustantivo común y por tanto en minúsculas para designar a cualquier red de redes que use las mismas tecnologías que Internet, independientemente de su extensión o de que sea pública o privada.²⁵

Raúl Trejo Delarbre en su texto *La nueva alfombra mágica* señala:

Internet, para decirlo de manera de todos modos crítica, es la infresctructura en la cual se asienta, se reproduce y extiende el ciberespacio, es decir, el espacio (o la colección de espacios) creados por la comunicación entre computadoras.²⁶

Cuando se dice "red de redes" se hace referencia a que es una red formada por la interconexión de otras redes menores.

Internet no es sinónimo de *World Wide Web*. Ésta es parte de Internet, siendo la *www* uno de los muchos servicios ofertados en la red. La *Web* es un sistema de información que emplea a Internet como medio de transmisión.

²⁵ Internet en línea. Wikipedia, La enciclopedia libre, [fecha de consulta: 11 de mayo del 2007]. Disponible en <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Internet&oldid=8716508> >.

²⁶ Trejo, Delarbre Raúl. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Ed. Diana, México, 1996 pp. 56.

Algunos de los servicios disponibles en Internet aparte de la *Web* son: el acceso remoto a otras máquinas (SSH y telnet), transferencia de archivos (FTP), correo electrónico (SMTP), conversaciones en línea (IRC y *chats*), mensajería instantánea, transmisión de archivos (P2P, P2M, descarga directa); transmisión de imágenes, conversaciones directas con *web cam*, boletines electrónicos (*news* o grupos de noticias), redes sociales, etc.

2.2 INTERNET

Posibilidad tecnológica para comunicar

*“Los nuevos medios no son los que hacen nacer los nuevos asuntos,
sino el devenir de ese colectivo que llamamos cultura y humanidad.
El arte en el Internet se define ya como la nueva técnica
para esta y para la época del futuro.
Su desarrollo parece estar ligado a la comunicación
y la intervención activa del espectador,
pero su alcance es en realidad imprevisible aún para nosotros”²⁷.*

Uno de los territorios más significativos en la actual civilización tecnológica es Internet, la red de redes. La relación entre ésta y la fotografía es de vital importancia para el trabajo profesional, nos sirve para desarrollar y difundir nuestras imágenes, editar un portafolio fotográfico en un sitio *web*, publicar en línea; lo veremos como condición *sine qua non* en el camino de la comprensión y el uso que debemos dar a la comunicación.

Internet ofrece a los comunicadores una herramienta útil para llevar a cabo el efecto de comunicación, esto se da cotidianamente en la red, con una disponibilidad efectiva; es un medio accesible –si se cuenta con una computadora y una conexión- para transmitir información, y ofrece la posibilidad de llegar a lugares antes no imaginados o a individuos y comunidades lejanas: viene a complementar los métodos tradicionales de comunicación, de conocimiento y de investigación. El rápido fluir de la información es un factor determinante para su utilización.

²⁷ www.ehu.es/arteytecnologia/lcilleruelo/textos/arte_de_internet.pdf. Diciembre 2008.

Internet nació (o se ha ido desarrollando) en un esquema muy tradicional del tipo vertical en el que existen unos contenidos, un medio técnico de transporte, y un usuario final. La información puede fluir en muchos sentidos, pero desde la vista del consumidor de Internet, son estos los tres pasos básicos de la comunicación. La entrega de contenidos y conocimiento al usuario final es el resultado final de esta operación. Internet nació con esa filosofía (la de la entrega de contenidos de forma rápida) y como herramienta de comunicación. Esta forma de comunicación viene heredada del concepto básico de comunicación que llevamos empleando los humanos desde que fuimos capaces de encontrar un medio de transporte para enviar conocimiento a otro ser vivo u otro elemento.²⁸

Con el flujo masivo de información que se deposita día a día en Internet, es posible acceder, a grandes cantidades de conocimiento de todo tipo, mantener contactos regulares y actualizados.

Internet ha entrado en casi todos los campos de investigación y trabajo, ha influido directamente en la forma de educación, e incluso en la manera de ver la vida, ha propiciado una reestructuración ideológica en las nuevas generaciones. En el texto *Introducción a la edición digital* se señala:

En la actualidad no existen tecnologías definitivas en el mundo de las publicaciones digitales, el constante avance tecnológico seguirá ofreciendo nuevas formas de publicar y distribuir información. Una de las grandes innovaciones son las redes inalámbricas o **Wi-fi**, con las que la gente comienza a acceder a Internet en lugares públicos y a través de diversos dispositivos, no solamente desde un lugar fijo. Las tecnologías de teléfono celular ofrecen una conexión a Internet cada vez más rápida y económica: Esto tiene importantes implicaciones para la creación de las publicaciones digitales, debido a que la forma de entrega tendrá que variar de acuerdo con la tecnología que se utiliza para acceder a ellas. Es probable que en el futuro se necesiten tecnologías más flexibles que permitan adecuar el contenido al receptor.²⁹

Las nuevas formas de interacción posibilitadas por las tecnologías favorecen el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un capital social, que se genera cuando se comparten en las redes sociales, la reciprocidad y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas.

La transferencia de archivos, correo electrónico, conversaciones en línea, mensajería instantánea, transmisión de archivos, de imágenes, conversaciones directas con *web*

²⁸ Cobo, Romani, Cristóbal y KURLINSKI, Pardo, Hugo. *Planeta web 2.0 Inteligencia colectiva o medios fase food*. Grup de Recerca d'interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México, D.F. 2007. pp. 138.

²⁹ Galina, Isabel, Ordoñez, Cristian. *Introducción a la edición digital* UNAM. México, 2007. p.p.27.

cam, boletines electrónicos (*news* o grupos de noticias), etc., son temas que quedan abiertos en función del desarrollo tan acelerado que lleva la *web*.

Con estadísticas del INEGI³⁰ podemos conocer la situación de Internet en el país y de *Internet "World States"* las del mundo. Ambas presentan con regularidad los últimos datos de penetración de la red electrónica en el mundo, datos que nos permiten analizar que Internet ha llegado a gran parte de los hogares y de las empresas de los países ricos y ha abierto una brecha digital con los países pobres; situación que no puede pasarse de largo, pero en las que tampoco ahondaremos pues son campos de interés y temas de investigación en sí mismos.

Internet ha sido una ventaja y una responsabilidad. Para la gente que está interesada en otras culturas proporciona una cantidad significativa de información y una interactividad que de otra forma sería impensable. Así mismo representa valores y principios tales como, la libertad de compartir y conectarse, la igualdad fundamental de las personas y la propiedad y control de la información.

Internet como exponente de las redes electrónicas, la globalidad, la comunicación y la interactividad, se convierte en un lugar donde hay que estar presentes. Contar con una página *web*, hoy en día es casi inevitable, en particular para los profesionistas que trabajan con la imagen, el audio o la multimedia. Al respecto Galina y Ordoñez en su texto apuntan:

El formato de CD está siendo remplazado por el DVD y se espera que continúe el desarrollo de nuevos formatos con mayor capacidad de almacenamiento. Lo anterior contribuirá a que los creadores de publicaciones digitales incluyan más elementos multimedia como audio y video, que en la actualidad tienden a ser limitados por falta de espacio. Es muy probable que sigan mejorándose los formatos para guardar información y que, después del DVD, vengan otros dispositivos cada vez más livianos, prácticos y con mayor capacidad.³¹

El usuario de un documento *web* no sólo busca información, sino que espera la posibilidad de interacción de manera novedosa, a diferencia del diseño en papel.

³⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. 2006.

³¹ Galina, Ordoñez, *op.cit.* p.p. 28.

IMPACTO DE INTERNET

La realización de un sitio *web* se justifica por el desarrollo que en los últimos 20 años ha tenido Internet, permitiendo al usuario acceso a grandes cantidades de información. Su uso cada vez más cotidiano y su entrada a mayor cantidad de usuarios lo colocan como un medio de comunicación que, sin duda hay, que entender y una herramienta que se debe utilizar.

Día a día en Internet se deposita un flujo masivo de información: podemos acceder a grandes cantidades de datos, de todo tipo y de cualquier tema. Internet ha entrado en casi todos los campos de investigación y trabajo, ha propiciado una reestructuración ideológica de proporciones considerables e influido directamente en la educación, la cultura y en la vida cotidiana de las grandes urbes.

Raúl Trejo Delarbre en su texto “viviendo en el Aleph”, señala:

... a Internet, se la puede comparar, por su extensión, con un insondeable océano; por su diversidad, con un caleidoscopio; por su contenido y capacidad, con una inagotable biblioteca. Pero ninguna de estas figuras resulta suficiente para representar la variedad infinita de enfoques y visiones del mundo que podemos encontrar en los nuevos espacios de comunicación e información.³²

De la misma manera que Internet ha penetrado en las diferentes áreas de nuestras vidas, también lo ha hecho con gran fuerza en el mundo de la industria y de la economía, en los negocios ha sido de gran importancia su utilización para poder acrecentar la producción, las ventas y los servicios. Internet vende por la comodidad de su acceso, por su facilidad.

Hablar de Internet ofrece intereses comunes, todos esperamos estar al día, los jóvenes, académicos y trabajadores buscamos no quedarnos atrás y queremos estar conectados, comunicados, convivir en la red de acuerdo con nuestras afinidades e intereses.

³² Trejo, Delarbre, Raúl. *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Ed. Gedisa. Barcelona. 2006. pp.14.

Con la elaboración de un portafolio virtual, se utiliza Internet como herramienta de difusión y punto de encuentro entre la imagen fotográfica y el usuario espectador. Como el exponente de las redes electrónicas, la globalidad, la comunicación y la interactividad, Internet permite, tener acceso a la interdisciplinaredad, evento de comunicación en sí misma, pues traspasa fronteras y, con ellas, toda clase de diferencias éticas, políticas o culturales, momentos que obligan plantearse ideas nuevas de difusión y de comportamiento ante este medio.

La organización *Computer Professionals for Social Responsibility* (Profesionales de la Computación a favor de la Responsabilidad Social – *CPSR* por sus siglas en inglés) tiene su propio planteamiento y visión de esta Red global. La idea fundamental para CPSR es que Internet ha de ser de todos y para todos. Esta idea se desarrolla en el documento "Un planeta, una red", que CPSR elaboró hace un tiempo, bajo los siguientes principios (ciberderechos):

- La red nos conecta a todos.
- La red ha de ser abierta y al alcance de todos.
- Los usuarios de la red tienen el derecho a comunicarse.
- Los usuarios de la red tienen derecho a la privacidad.
- Las personas somos los administradores de la red, y no sus propietarios.
- La administración de la red debe ser abierta e inclusiva.
- La red debe reflejar la diversidad humana, y no homogeneizarla.³³

Internet cuenta con más de 1, 093, 529, 692 de usuarios en todo el mundo y 16.5 millones en México (un buen medio para dar a conocer el trabajo).³⁴

³³ <http://barrapunto.com/articles/01/09/10/0850237.shtml>

³⁴ Las estadísticas de usuarios del Internet y población mundial -aquí utilizadas- fueron actualizadas en noviembre 27 de 2006. Las cifras de crecimiento fueron determinadas comparando el dato actual de usuarios con el dato histórico de usuarios en el año 2000. www.Internetworldstats.com.

La Sociedad de la Información tiene paradojas e insuficiencias que impiden cualquier entusiasmo incondicional ante su imponente oferta de contenidos. En ella seguramente no están todas las luminarias pero sí cantidades de documentos, en todos los formatos, que pueden aturdirnos y enceguecernos si no sabemos desbrozar entre ellos la información útil, de la prescindible. En muchas ocasiones no son luces, sino simplezas, desperdicios y sombras lo que encontramos al navegar por la Red. Y tanto la Internet como otros espacios de la Sociedad de la Información siguen estando limitados por la insuficiente cobertura que alcanzan dentro de nuestras sociedades. Así que los arrebatos que magnifican las capacidades de estas tecnologías de la información tienen que matizarse. Contamos con una inédita y en muchos sentidos prometedora opulencia de contenidos y posibilidades de intercambio de toda índole. Pero esos recursos no cambiarán por sí solos a la humanidad ni extirparán sus defectos y adversidades.³⁵

Internet World Stats presenta con regularidad las últimas estadísticas de penetración de Internet en el mundo. A continuación se relacionan las cifras globales de penetración y de representatividad en el porcentaje de usuarios. Se observa claramente una alta penetración en América del Norte, pero la mayoría de usuarios está concentrada en Asia y Europa.

³⁵ <http://raultrejo.tripod.com/Libros/Aleph%20presentacion.htm>. Abril 2009.

PENETRACIÓN DE INTERNET EN EL MUNDO

Regiones	Usuarios, (año 2000)	Usuarios, datos más reciente	Crecimiento (2000-2006)	% Población (Penetración)	(%) de usuarios
África	4,514,400	32,765,700	625.8 %	3.6 %	3.0 %
América del Norte	108,096,800	231,001,921	113.7 %	69.7 %	21.5 %
América Latina / Caribe	18,068,919	85,042,986	370.7 %	15.4 %	7.9 %
Asia	114,303,000	378,593,457	231.2 %	10.3 %	35.2 %
Europa	103,096,093	311,406,751	196.3 %	38.6 %	28.9 %
Medio Oriente	5,284,800	19,028,400	479.3 %	10.0 %	1.8 %
Oceanía	7,619,500	18,364,772	141.0 %	54.1 %	1.7 %
TOTAL MUNDIAL	360,983,512	1,076,203,987	198.1 %	16.6 %	100.0 %

Tabla que nos muestra el crecimiento de usuarios del año 2000 al 2006, y la desigualdad de acceso de las regiones con mayor dificultad económica. La nueva tecnología de la información es limitada, no todas las personas pueden conectarse tan fácilmente a Internet por los avances económicos y políticos de cada país.

Como datos interesantes, cabe mencionar los del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), que nos permiten visualizar el uso de Internet en nuestro país:

- En México, casi 16.5 millones de personas navegaron en Internet. De cada diez usuarios, cuatro lo utilizan para usar el correo electrónico y tres para cuestiones educativas, al 2005.
- Sólo 1.6 por ciento de los usuarios hace uso de Internet para realizar servicios bancarios o financieros.
- De los casi 16.5 millones de usuarios de Internet en el país, 53.8 por ciento tienen entre 12 y 24 años de edad, al 2005. Los jóvenes son el *target* "o" público objetivo de consumidores.
- La proporción de usuarios de Internet de 45 años y más es de 10.1 por ciento.
- En 2005, poco más de 551 mil usuarios de Internet realizaron compras por esta vía; en 2004 la proporción fue de casi 422 mil, cifra que muestra su crecimiento.
- Según el tipo de producto que adquirieron los usuarios por Internet, 31.3 por ciento compró bienes y servicios personales; 25.9 por ciento, reservaciones y boletos para eventos, y 25.8 por ciento adquirió libros.
- 55 por ciento de las computadoras con acceso a Internet están instaladas en los hogares y 45 por ciento en las empresas.

Para darnos una idea del crecimiento exponencial de Internet *Netcraft*, en 2007 da la cifra de que existen 106 millones de sitios *web* en Internet, crecimiento cercano a 1.65 millones de sitios al mes.

Existen 184 millones de *blogs* (42 de ellas son chinas). En *Facebook* 34 millones, en *My Space* 72 Millones.³⁶

Cohabitan 78 millones de videos en *You Tube*. Se suben alrededor de 150 mil por día; se calcula que tomaría 426 años ver todos sus videos.³⁷

67 por ciento de los internautas han subido una foto o video a una página de Internet para compartirlo (Youtube, Google videos, etc.).

57 por ciento de los internautas mexicanos tienen una página personal (Geocities, Myspace, Hi5, Facebook, etc.).

66 por ciento de los internautas conoce las redes sociales y el 92 por ciento considera a internet el medio más indispensable, por arriba de la televisión y el celular. 96 por ciento poseen celular.

Cifras, en sí mismas de interes y nos develan la importancia de este medio para la realización y concepción de un portafolio fotográfico en Internet, así como las posibilidades de su utilización.

Desde una perspectiva cultural, Internet es un objeto de estudio de gran envergadura, ha sido una ventaja y una responsabilidad para quien la usa; para la gente que está interesada en conocer proporciona una cantidad significativa de información, su contenido debe ser cuidado y visto a respetar las reglas de los ciberderechos, ser incluyente, comunicar, conectar y reflejar a la diversidad humana, no homogeneizarla.

³⁶ [Powertothepeople-Social Media TrackerWave 3,Universal McCann].

³⁷ Laura Siri.¿Cuánta información hay en el mundo?. *Alambre. Comunicación, información, cultura*. No 1. 2008.

CAPITULO 3

3.1 QUÉ ES UNA PÁGINA WEB

Una Página *Web* es una edición, una fuente de información adaptada para la *World Wide Web*, es su unidad básica y puede ser accedida mediante un navegador de Internet. Ésta información generalmente es presentada en formato *HTML* y puede proveer de enlaces hacia otras páginas mediante hipervínculos (también conocidos como ligas o *links*), pueden ser cargadas de una computadora local o de una remota, llamado Servidor *Web*, el cual puede restringir las páginas a una red privada, por ejemplo, una intranet, o puede publicar las páginas en el *World Wide Web*. Las páginas *web* son solicitadas y transferidas de los servidores usando el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (*HTTP - Hypertext Transfer Protocol*).

Un navegador web (del inglés, *web browser*) es una aplicación software que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto, comúnmente descritos en *HTML*, desde servidores web de todo el mundo a través de Internet. Esta red de documentos es denominada *World Wide Web (WWW)*. Cualquier navegador actual permite mostrar o ejecutar gráficos, secuencias de vídeo, sonido, animaciones y programas diversos, además del texto y los hipervínculos o enlaces.

Actualmente el navegador más utilizado en el mundo es Internet *Explorer* en todas sus versiones: algunas empresas indican que esta ventaja se debe a que viene integrado con *Windows*, detrás de éste está el navegador de *Mozilla Firefox*, el cual se está popularizando cada vez más. Firefox es un competidor serio al producto de *Microsoft*. Existen también los navegadores como *Safari*, *Netscape Navigator* y *Opera* los cuales tienen un uso de menos del 2% en el mercado.

El alojamiento para un sitio *web* (en inglés *web hosting*) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo o cualquier contenido accesible vía *Web*. Los *Web Host* son compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes.

El alojamiento *web* se divide en seis tipos:

1.- El alojamiento gratuito es extremadamente limitado cuando se lo compara con el alojamiento de pago. Estos servicios generalmente agregan publicidad en los sitios y tienen un espacio y tráfico limitado.

2.- El alojamiento compartido se hace para que un ordenador servidor web sirva varios dominios. Hay varias formas de hacer esto (véase alojamiento web), pero para el virtual *hosting* sólo se necesita tener en memoria una copia del servidor web, y una sola tarjeta de red es suficiente.

3.- Alojamiento revendedor (*reseller*): Este servicio de alojamiento está diseñado para grandes usuarios o personas que venden el servicio de *Hosting* a otras personas. Estos paquetes cuentan con gran cantidad de espacio y de dominios disponibles para cada cuenta.

4.- Servidores virtuales (VPS, *Virtual Private Server*): mediante el uso de una máquina virtual, la empresa ofrece el control de un ordenador aparentemente no compartido. Así se pueden administrar varios dominios de forma fácil y económica, además de elegir los programas que se ejecutan en el servidor. Por ello, es el tipo de producto recomendado para empresas de diseño y programación *web*.

5.- Servidores dedicados: El término servidor dedicado se refiere a una forma avanzada de alojamiento *web* en la cual el cliente alquila o compra un ordenador completo, y por tanto tiene el control completo y la responsabilidad de administrarlo. El cuidado físico de la máquina y de la conectividad a Internet es tarea de la empresa de alojamiento, que suele tenerlo en un centro de datos.

6.- Colocación (o *housing*): Este servicio consiste básicamente en vender o alquilar un espacio físico de un centro de datos para que el cliente coloque ahí su propio

ordenador. La empresa le da la corriente y la conexión a Internet, pero el ordenador servidor lo elige completamente el usuario (hasta el *hardware*).³⁸

La *Web* se basa principalmente en tres estándares:

- URL³⁹: Localizador Uniforme de Recursos, otorga a cada página una dirección única.
- HTTP⁴⁰: Protocolo de Transferencia de Hipertexto. Especifica como el navegador y el servidor intercambian información en forma de peticiones y respuestas.
- HTML⁴¹: Lenguaje de Marcación de Hipertexto. Codifica la información de los documentos y sus enlaces.

Aquí solamente enumeraremos algunas herramientas para la comprensión, de la lectura y de interés hacia el tema de la realización de un portafolio fotográfico en Internet, pues son temas en los que necesariamente se debe ahondar y madurar críticamente, se sugiere revisar la inteligencia colectiva o medios *Fast Food*⁴² *Web 2.0* y *Web 3.0*.

³⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Alojamiento_web (agosto 2008).

³⁹ URL son las siglas de Localizador Uniforme de Recursos, cadena de caracteres que identifica con precisión el tipo y ubicación de los recursos en Internet.

⁴⁰ HTTP es el estándar Internet que hace posible el intercambio de información WWW. Define URLs y la manera en que se pueden utilizar para recuperar recursos desde cualquier parte de Internet. El HTTP define el proceso en que el cliente Web, navegador, origina una solicitud de información deseada.

⁴¹ HTML: Siglas del Lenguaje de Marcación de Hipertexto. Lenguaje declarativo para marcar las porciones de un documento (elementos) para que cuando sea cargado por un navegador Web, cada porción aparezca con un informe definitivo.

⁴² Término utilizado en el libro de Cobo, Román, Cristóbal y Pardo, Kuklinsky, Hugo. *Op. Cit.*

3.2 BUSCADORES

“A un hombre se le juzga por sus preguntas, no por sus respuestas”.

*Voltaire*⁴³

La primera actividad que realizan los internautas a diario es leer su correo electrónico y la segunda actividad más popular en la *web* es hacer búsquedas.⁴⁴

Cada uno de los internautas tiene una intención, la búsqueda de cada investigador, la consulta de cada usuario crecen día con día. En este momento millones de personas miran la pantalla de su computadora, vierten sus preguntas, sus dudas, sus deseos, temores e intenciones en sus cuadros de búsqueda, en su necesidad de encontrar, de tener respuestas, encontrar un sitio, aprender algo nuevo, o simplemente por la simple satisfacción o el entretenimiento, es una actividad cada vez más asequible.

La intención es lo que impulsa la búsqueda. Miles de millones de consultas corren por los servidores de los servicios de Internet, configurando la suma total de corrientes de pensamiento de la humanidad en línea.

Enlace por enlace, clic por clic, la búsqueda posiblemente está creando el aparato cultural más duradero, sólido y significativo de la historia de la humanidad. La base de datos de las intenciones de los usuarios, una base masiva de datos de deseos, necesidades y preferencias... la búsqueda impulsó a Internet y continúa haciéndolo. Se ha convertido en nuestra herramienta de excavación, en la razón de nuestra consulta y de nuestro descubrimiento. La búsqueda en nuestra cultura tiene un alcance extraordinariamente largo.⁴⁵

Básicamente, un motor de búsqueda conecta las palabras que introducimos (las consultas) con una base de datos que ha creado a partir de una serie de páginas *web* (un índice). A continuación elabora una lista de URLs (resúmenes de contenido) que cree que son las más importantes para su consulta.

⁴³ François Marie Arouet, más conocido como Voltaire (París, 21 de noviembre de 1694–30 de mayo de 1778), fue un escritor y filósofo francés que figura como uno de los principales representantes de la Ilustración, un período que enfatizó el poder de la razón humana, de la ciencia y el respeto hacia la humanidad. En 1746 Voltaire fue elegido miembro de la Academia francesa.

⁴⁴ www.Internetworldstats.com (*op.cit.*)

⁴⁵ García, F. J.; Tramullas, J. *World Wide Web: fundamentos, navegación y lenguajes de la red mundial de información*. Madrid: RaMa, 1996.

El rastreador es un programa de *software* especializado que salta de enlace en enlace por toda la *WWW*. Es el proceso que explica cómo conseguimos los resultados.

Las primeras versiones de rastreadores descubrían e indexaban sólo los títulos de las páginas *web*, pero las versiones más avanzadas indexan el contenido de toda la página *web*, basándose en sus palabras clave, en sus clasificaciones.

Por ejemplo: foto *OR* periodismo gráfico *OR imágenes*; con este planteamiento, el sistema de consulta buscará los documentos que contengan una, dos o la totalidad de las palabras de búsqueda.

frase = " *fotografía artística* "

donde las comillas delimitan una frase, el sistema sabe que debe buscar documentos que contengan la cadena:

fotografía [espacio] artistica

-y en ese mismo orden, y no los que contengan uno de los dos trozos de la cadena: "fotografía" o "artistica" o ambos, pero que estén en un orden distinto.

Proximidad

En la búsqueda por proximidad, en cambio, el usuario puede exigir que sólo se consideren relevantes los documentos que contengan ambas palabras y que éstas estén en el mismo párrafo (*near*) o que no estén separadas por más de *n* palabras (*w/n*). Por ejemplo, si se buscan servidores sobre fotografías de prensa, se podrían formular búsquedas como las siguientes para evitar falsas coordinaciones de documentos que hablen de fotografía, pero no de prensa, o de prensa, pero no de fotografía:

fotografía [***near***] prensa

Búsquedas booleanas y paréntesis

Esta clase de relaciones sólo pueden expresarse utilizando al completo el álgebra del matemático inglés George Boole y, por tanto, obviando el método básico, que sólo utiliza el operador *or* y transformando esa necesidad de información en una ecuación booleana como la siguiente:

prensa **AND** fotografía

donde ya no hay ninguna ambigüedad sobre qué quiere el usuario. Por otro lado, es frecuente que éste necesite utilizar más de un operador de Boole, en cuyo caso, para evitar otro tipo de ambigüedades, es imprescindible utilizar paréntesis que acoten el alcance de cada operador.

Por ejemplo, supongamos un usuario interesado en localizar información sobre la fotografía de prensa artística en México y América Latina. Si quiere garantizar una alta precisión y, al mismo tiempo, una tasa razonable de llamadas, sólo podrá intentarlo con una ecuación de búsqueda más o menos de la forma siguiente:

(fotografía **OR** prensa **OR** artística)**AND** (" Mexico "**OR** MX **OR** AmericaLatina **OR**
Latinoamerica **OR** LA)

Como hemos apuntado buscar en Internet se optimiza con la utilización de estas estrategias, diseñar un perfil de búsqueda adecuado, conocer el tamaño y contenido de las palabras clave y la utilización de las diferentes herramientas para recuperar contenidos, abren la potencialidad de encontrar lo que se busca con mayor precisión.

3.3 HERRAMIENTAS DE PROGRAMACIÓN: DREAMWEAVER Y FLASH

Para diseñar el sitio se trabajó con dos programas: *Flash 8* y *Dreamweaver 8*.

Flash 8 permite realizar interactivos, ideal para una galería de fotografías y conveniente a un fotógrafo. Para que no se utilicen las imágenes sin consentimiento del autor, el formato de *Flash* impide que el usuario pueda bajar de la red las fotografías incluidas.

Dreamweaver es un editor de contenido en HTML (*Hiper Text Meta Lenguaje*), lenguaje oficial para publicar en Internet.

Los sitios *web* requieren de una dirección particular para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos; estas direcciones, o URLs (por sus siglas en inglés, *Uniform Resource Locator*), aparecen cotidianamente a través de los motores de búsqueda (*search engines*). Los nombres de estos sitios *web* obedecen a un sistema mundial de nomenclatura y están regidos por el ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*).

Un sitio Internet es un conjunto de archivos electrónicos y páginas *web* referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada *home page*, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Todo documento requiere de:

1. Un título informativo
2. La identidad del creador
3. La fecha de actualización
4. Al menos un enlace a la página principal
5. La dirección URL de la página principal, en las páginas más importantes de la *web*.

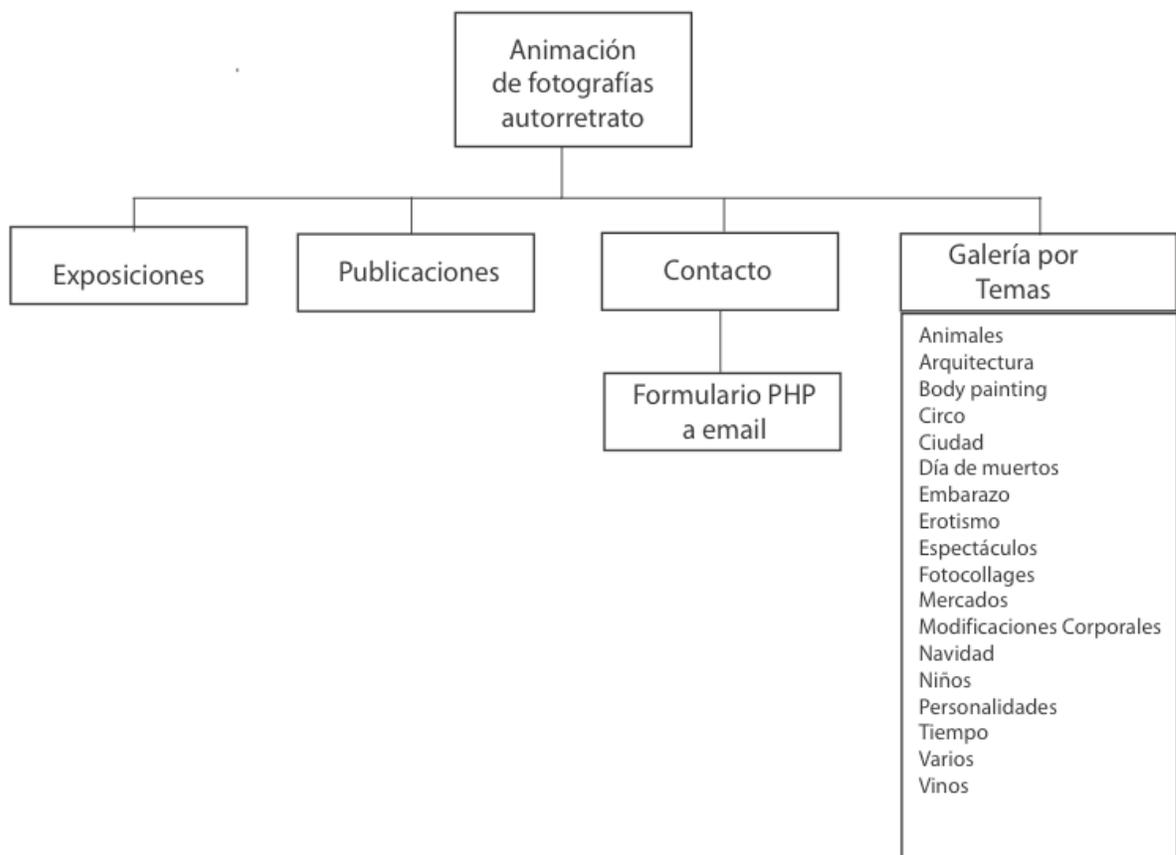
Antes de realizar cualquier sitio de presentación y promoción, se tiene que planear y contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son las intenciones y objetivo para el sitio *web*?
2. ¿Cuál es su público objetivo?
3. ¿Cuál es el contenido a publicar?
4. ¿Quién diseñará el sitio?
5. ¿Quién se encargará de la actualización?

Puntos necesarios para estructurar el sitio y garantizar su operatividad.

3.4 ESTRUCTURA DEL SITIO Y MAPA DE SITIO

La claridad y el orden es apreciado cuando buscamos fuentes de información, sean documentos tradicionales en papel o páginas *web*, y sólo los puede aportar un diseño de página *web* objetivo y sencillo de usar, la organización espacial de texto y gráficos en una página *web* puede implicar al usuario, puede dirigir su atención, priorizar la información a la que se enfrenta y hacer que la interacción con la *web* sea mucho más amena y eficaz. Con un buen mapa de sitio obtendremos mejores resultados.



El mapa del sitio nos ayuda a:

- Dividir el contenido en unidades lógicas
- Establecer una jerarquía de importancia para estructurar los vínculos entre unidades.
- Seguir la estructura de la información propuesta.

Lógica visual

El diseño gráfico genera una lógica visual y persigue un balance entre el estímulo visual y la información gráfica. Sin el impacto visual de las formas, el color y el contraste, las páginas pueden convertirse en aburridas y no motivar al usuario. Un documento de texto denso sin contraste ni alivio visual, es más duro de leer, sobre todo en las pantallas en baja resolución.⁴⁶

La continuidad visual, la funcionalidad de la organización, son fundamentales para ofrecer una buena ergonomía y una buena navegación.

La jerarquía visual

Hoy en día existe una amplia gama de editores de páginas *web*. Uno de los más utilizados es macromedia *Dreamweaver*, un *software* fácil de usar que permite crear páginas *web*.

Las funciones de edición visual de *Dreamweaver* MX permiten agregar diseño y funcionalidad a las páginas, sin la necesidad de programar manualmente el código HTML, ya que éste lo hace automáticamente.

Se pueden crear tablas, editar marcos, trabajar con capas, insertar comportamientos *JavaScript*, etc.

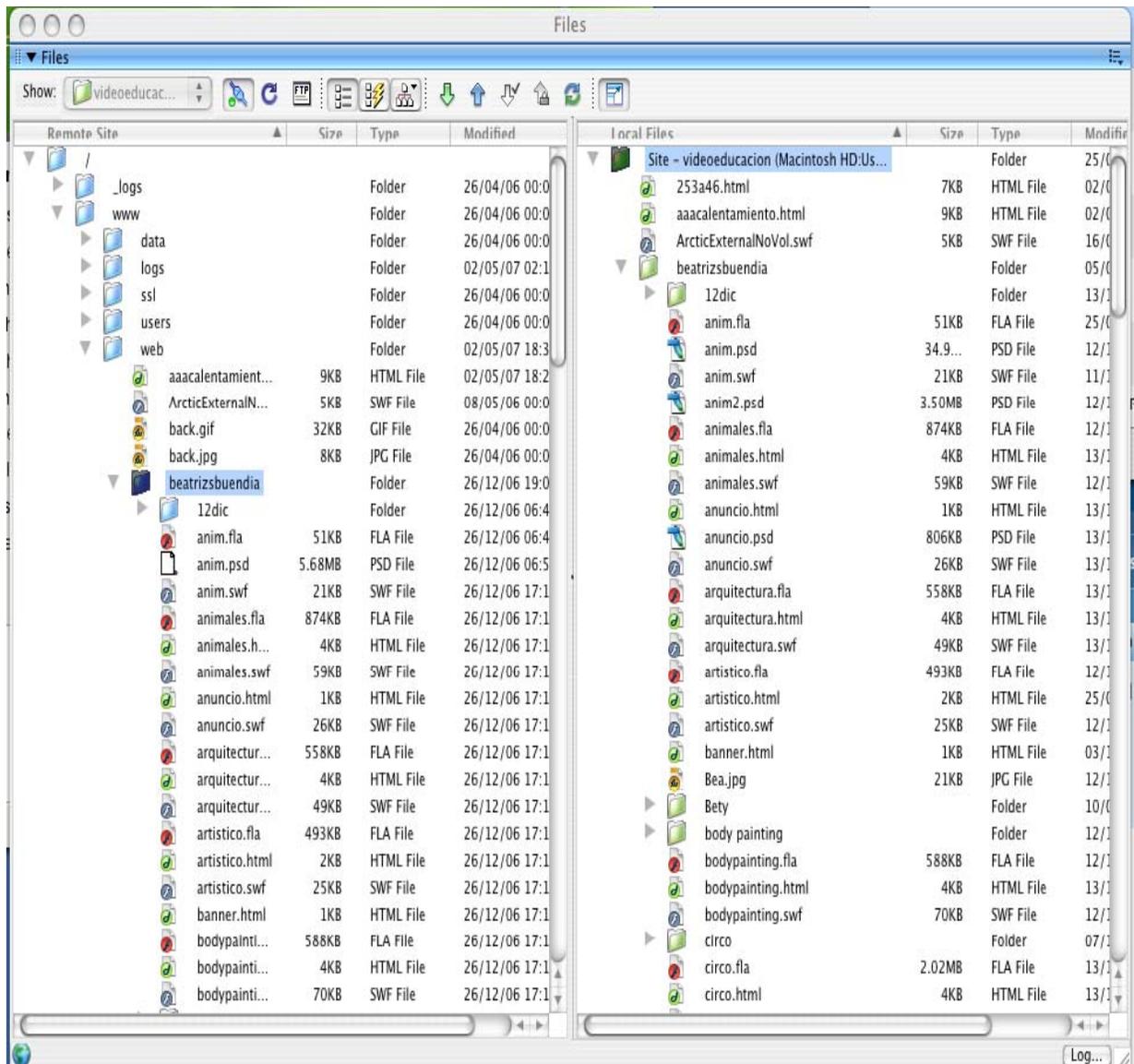
3.5 LA CREACIÓN DEL SITIO PERSONAL

La forma habitual de crear un sitio consiste en crear una carpeta en el disco local. Los documentos HTML normalmente se crean dentro de dicha carpeta, mientras que para contener las imágenes, las animaciones, las hojas de estilo, etc., se deben crear nuevas carpetas dentro de ésta, con el objetivo de tener una mejor organización de los archivos a la hora de trabajar. Esto es lo que se conoce como sitio local.

⁴⁶ Lynch J., Horton Patrick., Sarah. "*Web Style Guide*". Yale University, Londres, 1999.

Después se podrán copiar los archivos en un servidor *web*, en el denominado sitio remoto, lo que equivale a publicar el sitio, de modo que la gente pueda verlo en Internet.

Esta ventana nos muestra lo anterior con el ejemplo del portafolios fotográfico:



La organización de los archivos en un sitio permite administrarlos y compartirlos, mantener los vínculos de forma automática, utilizar FTP para cargar el sitio local en el servidor, etc.

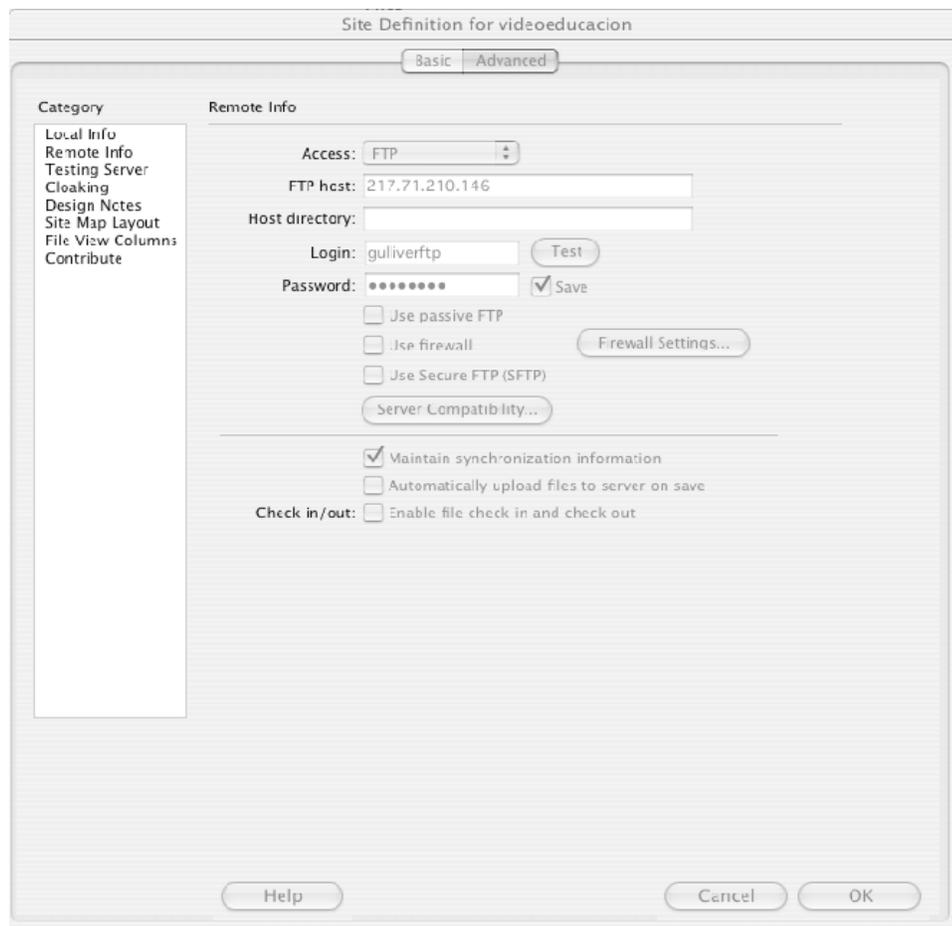
Es conveniente que la página inicial del sitio tenga el nombre index.html, ya que los navegadores buscan una página con ese nombre cuando se intenta acceder a una URL genérica con el nombre index.htm.

Crear carpeta raíz

Componentes del sitio:

Página de Inicio- Animación de *collage* de autorretratos, exposiciones, publicaciones, contacto, menú desplegable por temas en orden alfabético.

Definimos nuestro sitio:



Ajustamos el diseño y las columnas para diseñar nuestra plantilla:

Table

Table size

Rows: 1 Columns: 1

Table width: 0 pixels

Border thickness: 0 pixels

Cell padding: 0

Cell spacing: 10

Header

None Left Top Bcth

Accessibility

Caption:

Align caption: default

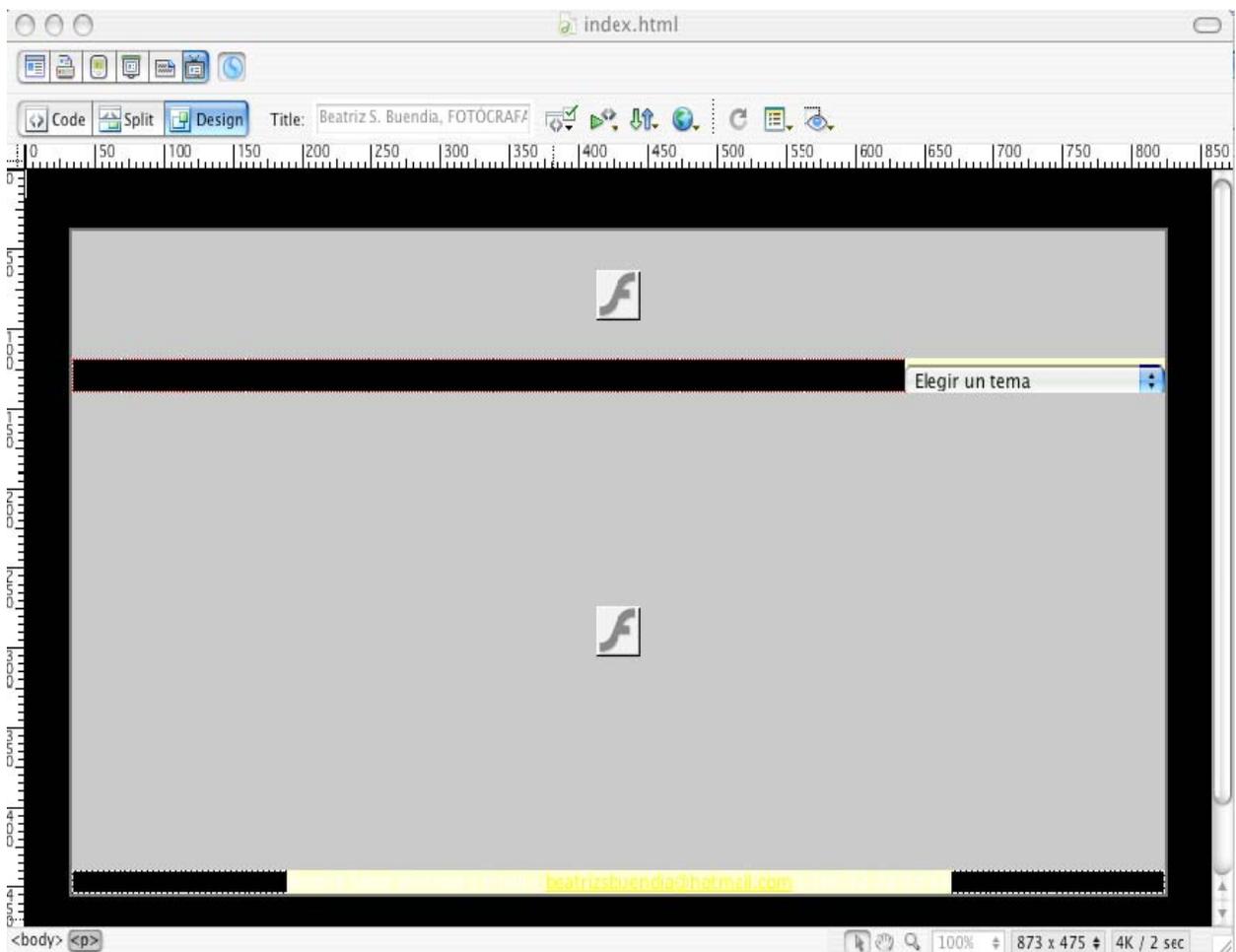
Summary:

Help Cancel OK

Nombramos nuestras listas o temas para el desplegable:

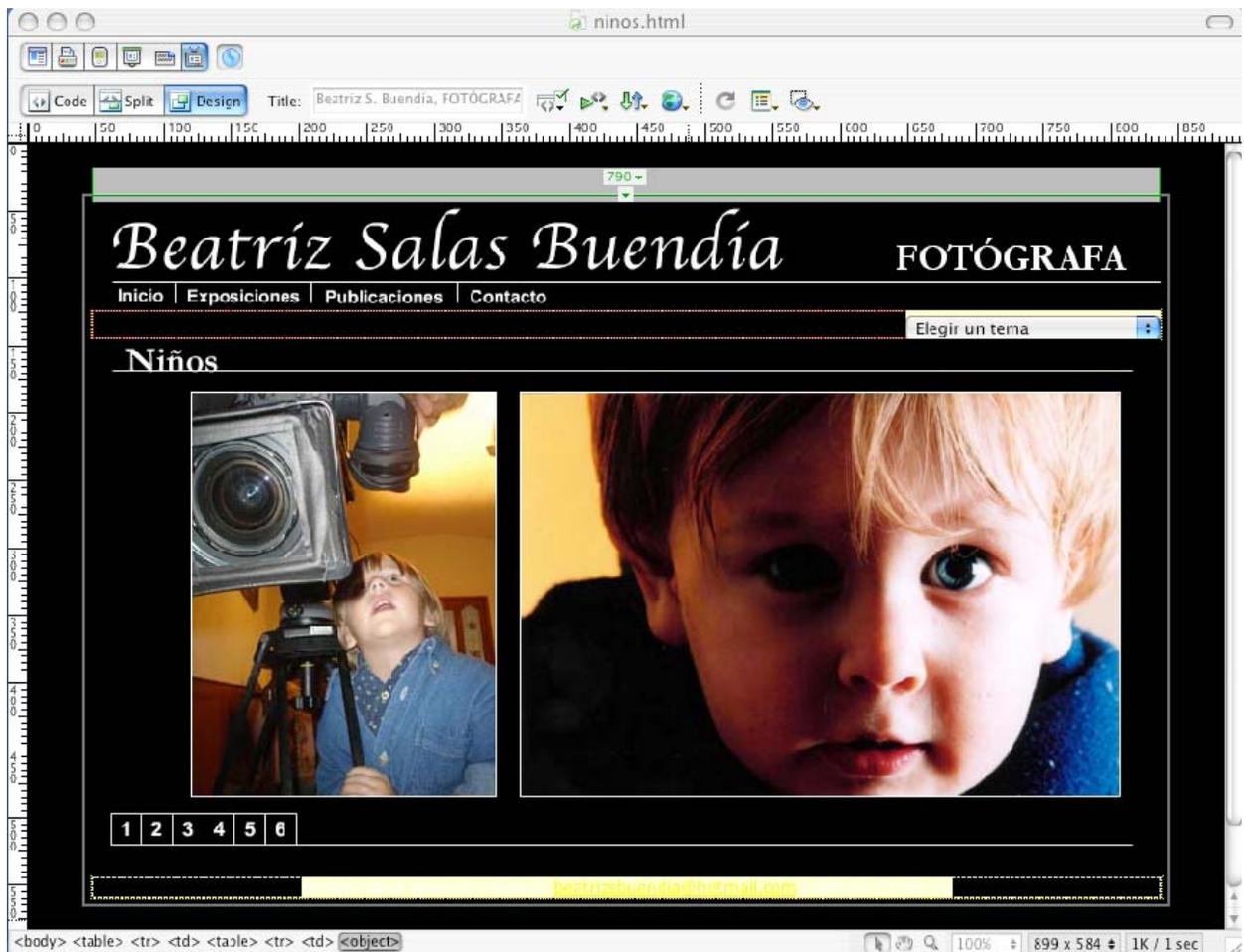


Diseñamos los colores y animaciones de la página de inicio.



En este caso se utilizó *Flash* para realizar unos elementos interactivos del portafolio digital. La presentación de las fotografías por número de página, pequeño interactivo que nos permite pasar “la hoja”, para lo cual, se requiere crear botones interactivos y

darles órdenes de pasar de una pantalla a otra.



Hay que preparar las fotografías para la red en *fotoshop*: ajustar su tamaño en píxeles para optimizar su peso: el resultado es que la animación no baja tan lento.

Ya listas, se importan en el programa *flash* y en éste se programa su interactividad. En este caso, se realizó un *flash* por sección de fotografías.

Para permitir que bajen los interactivos con fluidez instalamos un *preloader*, pequeña herramienta de programación que permite medir el tiempo de descarga del interactivo.

Ya realizados y exportados los interactivos, los importamos en el programa

Dreamweaver.

Utilizamos *Dreamweaver* para la creación de tablas, receptáculos de la animación de *Flash* y para la creación del menú desplegable, herramienta que permite pasar de secciones a secciones.

También se utiliza *Dreamweaver* para insertar las palabras claves, indispensables para el reconocimiento del sitio en buscadores como *google*.

Dreamweaver, gracias a su posibilidad de transfert FTP (*File Transfert Protocol*, por sus siglas en inglés) fue nuestra herramienta para subir las páginas y animaciones a la red.

El uso e integración de los programas *Flash* y *Dreamweaver* para la creación de un sitio *web* es común entre los *webmasters* y diseñadores de sitios *web*.

3.6 PORTAFOLIOS FOTOGRÁFICO E IMAGEN

*El portafolio fotográfico: “es la carta de presentación, o el curriculum de un fotógrafo, la selección de sus mejores fotografías, ya sea de manera artística o comercial. Es una serie de iconografías que transmiten información sobre la capacidad técnica, estética y cultural del autor”.*⁴⁷

El portafolio es una producción fotográfica que ofrece una perspectiva de las técnicas, equipo y destreza adquiridos, muestra los resultados, las posibilidades y la flexibilidad del fotógrafo y su estilo. Es una reflexión en torno al oficio y quehacer fotográfico, un vehículo de expresión y un lugar donde el fotógrafo puede mostrar de manera individual su intención, su carrera, su obra, su discurso, su visión.

Este portafolio en un sitio *Web* abarca -por ahora- 12 temas: animales, arquitectura, *body painting*, *collage*, circo Atayde, ciudad, día de muertos, embarazo, erotismo, modificaciones corporales, niños y personalidades.

⁴⁷ Cuartoscuro, Revista, agencia de información independiente y archivo fotográfico mexicano.

Tomar fotografías tiene que ver con la vinculación entre la carrera de comunicación y una preocupación estética, la intención de establecer una acción comunicativa con un posible receptor, como registro de lo real, de lo verdadero, en una búsqueda de sí y como reflexión sobre el acto fotográfico. La relación entre las disciplinas que tiene un comunicólogo, -prensa, radio, cine y televisión- son escenarios de representación social y, a la vez, lugares de circulación de puntos de vista; asimismo los fotógrafos son actores importantes en la configuración de la vida pública; promueven distintos modos de interpretación y permiten que ciertos temas se hagan o no visibles.

De acuerdo con las distinciones que establece Roland Barthes entre, motivos libres y motivos ligados, funciones e índices, sería posible diferenciar entre aquellos relatos que disponen su desarrollo sobre la línea de la causalidad, y que son constituidos preferentemente por funciones (es decir, por situaciones en las cuales priva la acción), y otros relatos cuya prioridad se ubica en la construcción de las atmósferas y los personajes (donde hay acción).

En este sentido, el trabajo fotográfico que busco, con una connotación estética,⁴⁸ y con una acción, inicia su función como vehículo de expresión y, por lo mismo, como primer elemento del proceso de comunicación, donde el fotógrafo es el emisor, la fotografía el mensaje y quien observa, el receptor.

Giséle Freund, específica:

La reproducción de la obra de arte no sólo está condicionada por la manera de ver del fotógrafo, sino también por la del que mira la fotografía.⁴⁹

En la sociedad contemporánea las imágenes se instalan como mediadores de nuestra relación con el entorno; la comunicación visual está presente en todos o casi todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana. La imagen misma se ha convertido en un categoría

⁴⁸ Estética, rama de la filosofía relacionada con la esencia y percepción de la belleza y la fealdad. La estética se ocupa también de la cuestión de si estas cualidades están de manera objetiva presentes en las cosas, a las que pueden calificar, o si existen sólo en la mente del individuo; por lo tanto su finalidad es mostrar si los objetos son percibidos de un modo particular (el modo estético) o si los objetos tienen, en si mismos, cualidades específicas o estéticas. La estética también se plantea si hay diferencia entre lo bello y lo sublime, como lo postulaba Kant en su momento.

⁴⁹ Gisèle Freund, *op. cit.*, p.p. 125.

sociocultural y constituye una buena parte del universo simbólico de nuestro tiempo, los libros de fotografías forman pilas cada vez más altas, como si en ellas estuviera el tiempo perdido: las fotografías procuran una sociología instantánea, una participación, una historia.

Las imágenes son cada vez más importantes y cada vez más abundantes en nuestra sociedad, no obstante según refiere Jaques Aumont:

... no dejan de ser, hasta cierto punto, objetos visuales como los demás derivadas exactamente de las mismas leyes perceptivas.⁵⁰

El espectador (receptor) establece una relación con la imagen que puede ser explicada a partir de la perspectiva psicológica de él mismo. En su libro *La Imagen*, Jacques Aumont dice:

El papel del espectador, según Gombrich⁵¹, es un papel extremadamente activo: construcción visual del “reconocimiento”, activación de los esquemas de la “rememoración” y ensamblaje de uno y otra con vistas a la construcción de una visión coherente del conjunto de la imagen. Se comprende por qué es tan central en toda la teoría de Gombrich este papel del espectador: es él quien hace la imagen.⁵²

Esta mirada frente al espectador parte de su reconocimiento como participante emocional y cognitivamente activo de la imagen (y también como un organismo psíquico sobre el cual actúa a la vez la imagen). Es importante reconocer, entonces, que toda imagen encarna básicamente un modo de ver altamente marcado por la subjetividad de quien mira, que a su vez es consciente de que también puede ser mirado.

Según lo anterior, es el espectador quien construye la imagen y la dota de sentido, pero no es posible desconocer, sin embargo, que ese sentido haya sido planteado (propuesto) por un emisor que, a su vez, tiene una intención comunicativa y no puede sustraerse de sus conceptos, conocimientos o prejuicios. Si bien el espectador construye la imagen añadiendo su intelecto al objeto representado; parte de la

⁵⁰ Aumont, Jacques, *La Imagen*, Ediciones Paidós Barcelona, 1992, p.p. 17.

⁵¹ *Historia del Arte*, publicada por primera vez en 1950, fue ampliamente difundida, es un texto de divulgación y no una historia del arte en sentido estricto. (En 2005 ha alcanzado su 16ª edición en inglés). Originalmente dirigida a jóvenes lectores, se han vendido millones de ejemplares y ha sido traducida a más de 20 idiomas.

⁵² *Ibidem*, p.p.95.

propuesta que el emisor le presenta desde su propia mirada sobre la realidad, reconstruida en su propia visión del mundo y su valor radica en la información que suministra, como apuntamos con anterioridad.

La imagen se nos presenta entonces como la posibilidad de representación que parte de un objeto, imitando sus características, pero que luego puede existir sin necesidad de que éste se encuentre presente; es, según Santos Guerra, *una percepción objetivada*.⁵³

En este sentido vale la pena mencionar que en la historia del hombre se han producido imágenes con propósitos diversos, ideológicos, religiosos, de información o de propaganda. Las imágenes son una mediación entre el espectador y la realidad; según Rudolf Arnheim, guardan tres valores que las relacionan con lo real:

- 1.- un valor de representación: imagen representativa es la que representa cosas concretas.
- 2.- un valor de símbolo: representa cosas abstractas.
- 3.- un valor de signo: cuando representa un contenido cuyos caracteres no refleja visualmente.⁵⁴

En las circunstancias actuales, la imagen ha dejado de ser acontecimiento (como seguramente lo fue para los espectadores de la primera mitad del siglo XX) para pasar a ser parte de la vida cotidiana de los espectadores.

La cantidad de imágenes que nos bombardean en la actualidad, ha hecho que nuestros ojos se acostumbren o inclusive se atrofien al punto de no entender realmente los sentidos que las mismas nos plantean. Fernando Vásquez Rodríguez⁵⁵ ha sido claro al afirmar que más allá del ver está el mirar, y que hay una gran diferencia entre quien sólo usa los ojos para captar estímulos lumínicos y quien construye una mirada a partir de su percepción.

⁵³ Santos Guerra Miguel, *Imagen y Educación*, Magisterio de Río de la Plata, Buenos Aires, 1998, p.p.102.

⁵⁴ Aumont. *Op. cit.*, p.p. 82-83.

⁵⁵ Vásquez Rodríguez, Fernando, *La cultura como texto*, Javergraf. Bogotá, 2001.

Roland Barthes establece que:

La imagen fotográfica es la reproducción analógica de la realidad y no contiene ninguna partícula discontinua, aislable, que pueda ser considerada como signo. Sin embargo, existen en ella elementos retóricos, susceptibles de funcionar independientemente como mensaje secundario. Es la connotación, asimilable en este caso a un lenguaje. Es decir: es el estilo lo que hace que la foto sea lenguaje.⁵⁶

De esta manera, el creador de la imagen mira la vida cotidiana en buena medida como la cámara le enseña a mirar, y el espectador al exponerse a la imagen permite que sus ojos se sujeten a la imagen que una cámara y al enfoque fotográfico que éste le propone. Así la foto no es sólo una imagen, es el producto de una técnica y de una acción, es el resultado de un hacer y de un saber hacer.

⁵⁶ Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. 1982, p.p. 20.

CAPITULO 4

4.1 PRESENTACIÓN DEL PORTAFOLIOS FOTOGRÁFICO

Soy fotógrafa desde hace más de 15 años. Realizo reportajes para magazines, páginas web, retrato de personas y productos (*product shot*). También he participado en exposiciones para dar a conocer mi trabajo artístico como fotógrafa, actividad que se acerca más a la pasión que tengo por la fotografía, pues al exponer el trabajo y mostrarlo se comunica, se comparte, se pone en marcha el proceso de maduración tanto creativo como intelectual.

Entrar en el lenguaje de la fotografía y captar imágenes es una profesión que he disfrutado enormemente y, que he abrazado con mucho placer. Cito a Hildegard Von Bingen⁵⁷ para compartirles el sentimiento que me provoca esta actividad:

Cuanto más amas, más aprisa deseas llegar junto a aquello que amas, y te apresuras para conseguirlo, luego corres por amor y por amor lo obtienes. Así mismo cuanto más amas, más ansioso abrazas, luego por amor disfrutas.

Lo anterior se ajusta a mi vida profesional como fotógrafa, ya que disfruto mucho de esta actividad. En general, considero importante, el ejercicio de una actividad que aporte satisfacción.

El afán de promover mi trabajo artístico y profesional me acercó a Internet, y a la realización de mi sitio personal como fotógrafa, para exponer mi portafolio en la web.

Inicio reflexivo del trabajo, como se proyecta la fotografía en sí, y en la búsqueda de sentido, he encontrado esta selección, como resultado de “serializar” actividades y objetos. A eso le he agregado el interés por desarticularlas y volverlas a constituir en otra realidad en donde se exponen por temas.

⁵⁷ Martínez, Lira, Verónica y Reta, Lira Alejandra. El lenguaje secreto de Heldegard Von Bingen. Vida y obra. UNAM, Fondo de Cultura Económica. México, 2003. pp. XXIII.

Ahora bien, adopté una estructura para llevar a cabo la selección de los elementos que se encuentran dentro del *web site*: que las imágenes tengan calidad y que reflejen un sentido.

Cada sección está integrada por diversas situaciones y cada una de las imágenes tiene alguna intención. Las agrupé por exposiciones, publicaciones y temas.

Temas que para la elaboración de reportajes gráficos; se han convertido en momentos que dejan una huella en mi vida y una satisfacción en mí como profesional. Hay que pensar desde un inicio que se extenderán y desarrollarán, pues una página, un sitio Internet nunca está realmente terminado; simplemente dejas de trabajar en él por un rato y después lo retomas. En el diseño de todo sitio hay que pensar en el futuro y dejar espacio para agregar nueva información o secciones, alimentarlo, darle mantenimiento y actualizarlo constantemente.

CONCLUSIONES

La concepción y realización de un portafolio fotográfico en Internet es una pieza fundamental que nos permite promover y mostrar su contenido, su desarrollo está ligado a la comunicación y a la intervención del espectador. Estudio de titulación es la foto en sí misma, su uso popular, ideológico y como medio de expresión, la realización del sitio *web* tiene la finalidad de aterrizarla en el terreno que la convierta en un trabajo profesional.

Sí tomamos en cuenta que la fotografía es por definición dibujar con la luz. Sin luz no existe la posibilidad de dibujar esa imagen. La luz es a la fotografía como las pastas de pintura a la pintura o la piedra para la escultura. Su materia prima fundamental es la luz y el tiempo.

Con ayuda de la luz y de todos aquellos otros aspectos técnicos y materiales creamos imágenes con los que se compondrán, se pondrán unos con otros, una serie de elementos visuales (forma, color, luz, etc.) para "decir" algo. Con el desarrollo de la mirada, de la mano fotográfica, podemos construir imágenes que posean forma y contenido, con texto, con lecturas y mensajes, desafíos y búsquedas de un fotógrafo profesional que desea transmitir su concreta percepción del mundo.

Con la imagen resuelvo la búsqueda artística que siempre perseguí, a través de la foto es donde encuentro mi papel de comunicador, mi acción se encuentra en el ejercicio de la composición del cuadro, de la imagen, es lo que me ha permitido desarrollarme como profesional de una manera lúdica y estable.

Por encima de cualquier otra consideración, el uso de la imagen fotográfica es la diferencia entre una fotografía de otra, es en el fondo tu manera propia, genuina y única forma de mirar, de transmitir ese mirar a través de una imagen y de ampliar nuestra conciencia humana con su ayuda. Es la diferencia entre su uso popular y su uso ideológico. Podemos decir que la forma como enseñamos y aprendemos a mirar; es nuestro ojo fotográfico y nuestro uso ideológico de la fotografía.

El método, la iluminación, el tratamiento, la visión que inventa y encuadra a la misma foto es narración, registro, documentación y seguimiento de la vida misma.

La posibilidad que se observa en un futuro inmediato, será la de aportar una mirada crítica a Internet, como cualquier otra ciencia, pues la excesiva masa de información que tenemos en ella necesita de tiempo para interpretarse, para participar de y en ella, hacer uso de la ciencia social para construir interpretaciones que ante esta inflación de conocimiento son necesarias.

Internet es un proyecto inacabado que se desarrollará e irá creciendo, su desarrollo está ligado a la comunicación y a la intervención activa del espectador; será necesario mostrar cosas que no se han visto o las que se ven con la óptica del científico social, reflejos sociales como *Second Life*, que modifican la sensibilidad de la gente, el concepto del *Avatar* en las comunidades de la red, el mercado, los *chats*, los *blogs*, el papel del arte, aulas virtuales, oficinas virtuales, etcétera, conlleva muchos temas y abre muchas posibilidades de futuros estudios que hay que observar.

Internet es un camino que se está haciendo, que se está dibujando, que se transforma día con día, y parece algo vivo que está cambiando todo el tiempo, es en verdad tierra fértil en donde sembrar.

Los distintos conceptos y argumentos reunidos en este ensayo referente a la fotografía me permitió, por supuesto, percibir que la fotografía es un universo enorme que admite diferentes visiones y está en constante evolución, cuestión que la convierte en un objeto de estudio amplio y por lo mismo apasionante.

Con este trabajo y este análisis del portafolio fotográfico, quiero mostrar mi trabajo y dejar un camino abierto dentro de las posibilidades técnicas, a la observación de las bellezas (y de las fealdades) que nos rodean cada día; para guardarlas en la memoria en una primera instancia y en una segunda, para quién guste de mi trabajo tenga interés en descubrir la siguiente producción.

Mi condición como fotógrafa se ha convertido en un *leitmotiv*, el método me seduce, la rapidez con la que se tarda en conseguir una imagen, el ser cómplice de lo que se vuelve interesante, digno de fotografiarse. La cámara en sí misma comparte mi vida cotidiana, la ilustra, la documenta.

Siempre me han interesado la condición humana, la sorpresa y espontaneidad de un momento, de un estar ahí, - precisamente es por eso que estudié la carrera de comunicación - por estar ahí, en la noticia, en el acontecimiento, en el evento, el proceso de inicio a fin, me parece una verdadera alquimia contemporánea regresar al momento, reconocerse a uno mismo y a los demás, mostrar cuando ése es el interés, la solidaridad, la felicidad, el dolor, el infortunio o la desesperación. Son muchas las imágenes, muchos los momentos del entorno que llaman a utilizar el disparador.

Las fotografías contienen un mundo, un tiempo, una experiencia capturada, una interpretación, fragmentos de una realidad que transforma a las personas y a los sucesos en imágenes, pueden ser poseídas, son objetos ligeros que se transportan, se guardan, se acumulan.

Todas las fotografías son un *momento mori*. Hacer una fotografía es participar de la mortalidad, vulnerabilidad, mutabilidad de otra persona o cosa. Precisamente porque seccionan un momento y lo congelan, todas las fotografías atestiguan la despiadada disolución del tiempo.⁵⁸

La foto ofrece una información precisa, es la mayoría de las veces evidencia irrefutable, detiene el flujo del tiempo en el que una vez existió el suceso fotografiado, nos presenta un pasado vivido que no puede conducir al presente, la discontinuidad en el tiempo, como instante del pasado nos permite apropiarnos de lo fotografiado, podemos manosear esa imagen cada vez que queramos, podemos ampliarla, reducirla, retocarla, manipularla, truquearla, venderla, imprimirla en innumerables copias o almacenarla y dejarla en el olvido, podemos hacerle lo que queramos pues en casi todos los casos es nuestra, nos pertenece.

⁵⁸ Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Ed. Alfaguara. México, 2006. p.p. 32.

Siempre hay gente que hace sus actividades porque le gusta hacerlas, hacer el trabajo con placer, ganarse la vida y dedicarse a lo que se ama, a aquello en lo que se cree, es una verdadera suerte, en la fotografía veo un mundo donde el arte, los medios de comunicación y el espectador puedan interactuar. La imagen conjugada con Internet es un hecho que abre una gran posibilidad para su utilización, lo cual, a mi parecer, es sumamente seductor para un comunicólogo.

Al subir mi selección fotográfica en Internet aclaro que, estoy a favor de un medio libre de comunicar, de compartir, en donde se pueda dar una buena difusión a mi portafolio fotográfico y a mi vida como profesional, con la intención de abrir espacios de divulgación para la fotografía, proceso que estimule la capacidad de creación.

Se trata de un medio eficaz para compartir, colaborar, darse a conocer, dejar abiertos canales de comunicación, el portafolio en un sitio *web*, no es solamente un instrumento de trabajo, es un vehículo que se debe aprovechar para generar información, desde una perspectiva abierta orientada a la difusión y presentación de nuevas creaciones.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

AUMONT, Jaques. "La imagen". Barcelona. Ed. Paidós. 1992. 336 p.

BETTETINI, Gianfranco y COLOMBO, Fausto. "Las nuevas tecnologías de la comunicación". Barcelona; México. Ed. Paidós. 1995. 303 p.

BERGER, John. MOHR, Jean. "Otra manera de contar". Barcelona. Ed. Gustavo Gili. 2007. 301p.

CARTIER-BRESSON, Henri. "La cámara lúcida". Ed. Paidós. Barcelona. 1995.

CEBRIÁN, Juan Luis. "La Red. ¿Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación?" Madrid. Ed. Taurus 1998. 282 p.

COBO, Román, Cristóbal y KURLINSKI, Pardo, Hugo. "Planeta web 2.0 Inteligencia colectiva o medios fase food". Grup de Recerca d'interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México, D.F. 2007. 158 p.

FLEUSSER, Vilem, "Una filosofía de la fotografía". Madrid. Ed. Síntesis. 2201. 192 p.

FREUND, Gisèle. "La fotografía como documento social". México. Ed. Gustavo Gili. 1993. 207p.

GALINA, Isabel. ORDOÑEZ, Cristian. "Introducción a la edición digital". Biblioteca del editor. México. Universidad Nacional Autónoma de México. 2007. 128 p.

GUBERN, Román. "Mensajes icónicos en la cultura de masas". Barcelona. Ed. Península. 1988. 337 p.

GUBERN, Román. "La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea". Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1987. 426 p.

KRAUSS, Rosalind. "Lo fotográfico por una teoría de los desplazamientos". Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2002. 237 p.

LANDOW, George P. "Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología", Paidós Hipertexto, Barcelona, 1995. 284 p.

LÉVY, Pierre. "¿Qué es lo virtual?". Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, 1999. 141 p.

LISTER, Martin. (Compilador). "La imagen fotográfica en la cultura digital". Ed. Paidós. Barcelona. 1995. 334 p.

LYNCH, Patrick J. "Principios de diseño básicos para la creación de sitios *web*". Ediciones Gustavo Pili. México. 2000. 164 p.

NEGROPONTE, Nicholas. "El mundo digital", Ediciones B, Barcelona. 1995. 261 p.

PAOLI, B. José A. "Comunicación e Información, Perspectivas teóricas". Ed. Trillas. México. 1998. 206 p.

SIEGEL, David. "www.killersites. com. Créer des sites *web* spectaculaires. Le desing des sites de troisième génération. Publié par Simmon & Schuster Macmillan. France. 1998. 923 p.

SIRI, Laura. "Internet: búsquedas y buscadores". Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. Bogotá. Colombia. 2000. 121 p.

SONTANG, Susan. "Sobre la fotografía". Ed. Alfaguara. México. 2006. 285 p.

TREJO, Delarbre Raúl. "La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes". Ed. Diana, México, 1996.

TREJO, Delarbre Raúl. "Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. Ed. Gedisa. Barcelona, 2006. 249 pp.

WOOLLEY, Benjamin. "El universo virtual", Acento, Madrid, 1994. 258 p.

WOLF, Mauro; "La investigación de la comunicación de masas". Edit. Paidós. México. 318 p.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

<http://www.athena.edu/index.html>

<http://www.buc.unican.es>

<http://www.udem.cl/web/comfunint.htm>

<http://www.unlz.edu.ar/biblioteca/tutores/histoweb/medios.htm>

<http://www.desarrolloweb.com>

BROECKERMANN, Andreas. “¿Estar en línea? Presencia y participación en el arte de la red”. En Alephpensamiento. <http://aleph-arte.org/pens/online.htm>, junio 1998.

Para descargar en PDF el libro de S. Freud. “El malestar en la cultura” <http://literatura.itematika.com/libro/102/el-malestar-en-la-cultura.html> , 2009.

VIRILIO, Paul: “Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio! En Alephpensamiento. <http://aleph-arte.org/pens/speed.htm>. Título original: “Speed and Information: Cyberspace Alarm!”. Texto perteneciente al congreso Next 5 Minutes, publicado originalmente en Le Monde Diplomatique, agosto 1995.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. 2006

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

Inicio | Exposiciones | Publicaciones | Contacto

Elegir un tema ▾

Día de Muertos



1 2 3 4 5 6

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

Inicio | Exposiciones | Publicaciones | Contacto

Elegir un tema ▾

Arquitectura



1

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

Inicio | Exposiciones | Publicaciones | Contacto

Elegir un tema ▾

Circo



1 2 3 4 5 6 7 8

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

Inicio | Exposiciones | Publicaciones | Contacto

Elegir un tema ▾

Animales



1 2

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

[Inicio](#) | [Exposiciones](#) | [Publicaciones](#) | [Contacto](#)

Elegir un tema ▾

Erotismo



1 2 3 4 5

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51

Beatriz Salas Buendía

FOTÓGRAFA

[Inicio](#) | [Exposiciones](#) | [Publicaciones](#) | [Contacto](#)

Elegir un tema ▾

Modificaciones Corporales



1 2 3 4 5 6

Beatriz Salas Buendía / Email : beatrizbuendia@hotmail.com / Tel: 52 73 54 51











