

Evolución del fotoperiodismo en Facebook: un análisis del periodo 2019 - 2023 en Ecuador

Evolution of photojournalism on Facebook: an analysis of the 2019 – 2023 period in Ecuador

Alberto Jhonatan Tandazo Morales, Cristian Andrés Erazo Álvarez

Resumen

La evolución de la tecnología junto al surgir de la era digital ha dado como resultado que el fotoperiodismo se enfrente a desafíos en su adaptación a las nuevas plataformas digitales. Facebook se ha posicionado como el destino de los medios de comunicación y géneros periodísticos, lo que ha ocasionado que el fotoperiodismo se adapte a este nuevo entorno. El objetivo de este artículo es analizar la evolución del fotoperiodismo en Facebook, en el periodo comprendido entre mayo 2019 y diciembre 2023 en Ecuador, para comprender su impacto en el ámbito noticioso. La presente investigación planteó un enfoque metodológico mixto, pues se analizó las experiencias y opiniones que existen en torno a la evolución del fotoperiodismo a través de fichas de observación, revisión bibliográfica y entrevistas a profundidad semiestructuradas a profesionales de la comunicación con experiencia en fotografía y periodismo en redes sociales. Los resultados de la investigación revelaron que redes sociales, como Facebook, influyen en el consumo de fotografías periodísticas ya que la audiencia actual busca contenido noticioso inmediato, llamativo e impactante. En conclusión, la evolución tecnológica en medios digitales ha provocado que el fotoperiodismo se enfrente a múltiples desafíos que obstaculizan el desarrollo de esta profesión abriendo nuevas oportunidades de adaptación tecnológica.

Palabras Clave: Fotoperiodismo; Comunicación digital; Social media; Evolución; Plataformas digitales

Alberto Jhonatan Tandazo Morales

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | alberto.tandazo.34@est.ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-3842-158X>

Cristian Andrés Erazo Álvarez

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | cristianerazo@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8746-4788>

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.236>
ISSN 2737-6230
Vol. 6 No. 12 julio-diciembre 2025, e250236
Quito, Ecuador

Enviado: octubre 23, 2024
Aceptado: diciembre 21, 2024
Publicado: enero 28, 2025
Continuous Publication

Abstract

The evolution of technology and the emergence of the digital era has resulted in photojournalism facing challenges in its adaptation to the new digital platforms. Facebook has positioned itself as a target for media and journalistic genres, which has led photojournalism to adapt to this new environment. This article aims to analyze the evolution of photojournalism on Facebook from May 2019 to December 2023 in Ecuador to understand its impact on the news environment. This research proposed a mixed methodological approach as it analyzed the experiences and opinions around the evolution of photojournalism through observation sheets, literature review, and semi-structured in-depth interviews with communication professionals with experience in photography and journalism in social media. The research results revealed that social media, such as Facebook, influence the consumption of journalistic photographs since the current audience seeks immediate, eye-catching, shocking news content. In conclusion, the technological evolution in digital media has caused photojournalism to face multiple challenges that hinder the development of this profession, creating new opportunities for technological adaptation.

Keywords: Photojournalism; Digital communication; Social Media; Evolution; Digital platforms

Introducción

El fotoperiodismo se encuentra experimentando una transformación significativa impulsada por la digitalización y las nuevas formas de consumo. Actualmente la saturación de información y la pérdida de confianza ocasionadas por la divulgación de imágenes falsas en redes sociales abre la discusión sobre si la era tecnológica es una oportunidad o un desafío para los periodistas que ejercen la fotografía digital. Sin embargo, no se puede desconocer que la tecnología brinda oportunidades para la elaboración de narrativas visuales más dinámicas y diversas.

Por tal motivo, profesionales del fotoperiodismo en todo el mundo han tenido que evaluar dichos cambios e ir fortaleciendo y adquiriendo nuevas habilidades en el campo fotográfico con el fin de seguir manteniendo un buen desarrollo de su labor (Peixoto, 2020). La problemática de la presente investigación surge de la necesidad de analizar la evolución del fotoperiodismo en Facebook, con el propósito de comprender como el avance tecnológico está transformando tanto la práctica como la percepción de la fotografía y su impacto en la difusión de noticias, por tanto, no abordará otros aspectos como técnicas fotográficas, reseña histórica completa del fotoperiodismo, ni tampoco profundizará en normativas legales y entes regulatorios de esta profesión. En los medios de comunicación, la fotografía es de gran importancia para contar más detalladamente la historia que se quiere dar a conocer al ciudadano (Rodríguez y Orrala, 2022). Por este motivo, ha sido una herramienta fundamental en el periodismo durante décadas.

El fotoperiodismo tiene la capacidad de contar historias sin decir una sola palabra, así como el poder de influir emocionalmente en sus espectadores (Gutiérrez, 2023). Y al investigar cómo ha ido evolucionando en estos años, se puede contribuir al desarrollo de mejores prácticas y pautas éticas para el fotoperiodismo en la era digital.

Diversos autores han realizado aportes significativos en el estudio del fotoperiodismo, entre ellos tenemos a Barraqueta y Bellón (2017), que nos mencionan que el fotoperiodista como tal

debe enfrentarse a nuevos desafíos en esta era digital, que en muchos casos van más allá de simplemente recabar datos de un hecho en una fotografía.

Según Santillán (2019), el uso de las herramientas tecnológicas se ha vuelto imprescindibles en la difusión de noticias, por ende, el fotoperiodismo, debe adaptarse a las nuevas plataformas digitales. Cabe destacar que las investigaciones han coincidido en el papel que tiene el fotoperiodista dentro de la difusión de contenido noticioso, estos estudios recalcan la capacidad que tiene el fotógrafo de prensa para recrear el minuto exacto en el que va a captar una imagen de buena calidad lo que evidencia la preparación, destreza y conocimiento previo que posee un profesional del fotoperiodismo (Rodríguez y Orrala, 2022).

Este estudio proporciona hallazgos ante los desafíos digitales que sirven de apoyo para comprender la adaptación a la evolución tecnológica. Los resultados podrían mejorar la práctica del fotoperiodismo y expandir su alcance en la era digital. Entre las principales interrogantes que aborda la presente investigación están: ¿Cuál ha sido la evolución que ha tenido el fotoperiodismo dentro de la red social Facebook? ¿De qué manera afecta Facebook al fotoperiodismo y cuáles son sus principales desafíos? ¿Cómo puede adaptarse el fotoperiodismo a plataformas como Facebook para difundir contenido noticioso? ¿Qué oportunidades puede encontrar el fotoperiodismo dentro la red social Facebook? Este estudio es fundamental para comprender los desafíos y oportunidades del fotoperiodismo en Facebook, así como su impacto en el ámbito noticioso.

Referencial Teórico

El abordaje teórico considera algunos estudios pertinentes al objeto de estudio de la presente investigación.

Fotografía

Rubal (2018), relata que el inicio de la fotografía no se dió de un momento a otro ni por una sola persona, al contrario, fueron varios autores los que contribuyeron en la invención de la fotografía como la conocemos y que en la actualidad se sigue innovando.

Fue en el año 1839 que apareció la primera cámara fotográfica gracias al trabajo de Louis Daguerre quien le puso como nombre Daguerrotipo. Es así como la fotografía fue utilizada para registrar los acontecimientos más importantes de la época y durante la segunda parte siglo XIX destacando por primera vez el papel del fotoperiodista (Rubal, 2018).

La fotografía ha ido evolucionando constantemente, Vázquez (2019), nos menciona que se ha una de las trasformaciones fue el paso de la fotografía análoga a la digital, de transportar grandes equipos fotográficos, como el daguerrotipo a transportar cámaras tan pequeñas que puedes llevarla en tu bolsillo a todos lados, así como el mejoramiento de la calidad y color del contenido fotográfico.

El surgimiento del concepto de fotografía digital ha dejado atrás el largo proceso de revelado de imagen a la facilidad de obtener una fotografía en cuestión de segundos, esto ha provocado que los medios de comunicación creen nuevas formas de transmitir y producir contenidos de carácter noticioso para adaptarse a estos nuevos tiempos que han sido bautizados como “La era digital” (Ruiz, 2019).

Quien se dedique a la loable labor de la fotografía debe estar consciente de que no se trata solo de apretar el disparo, la concepción de una fotografía va mucho más allá, el fotógrafo debe tener, a más del conocimiento en técnicas fotográficas, la capacidad de percibir una historia y el criterio para crear las narrativas adecuadas para poder transmitirla (López, 2024).

Fotografía y Periodismo

Según Peralta (2018), a partir de que se difundió la primera fotografía en los periódicos durante los últimos años del siglo XIX, se posicionó indiscutiblemente como un recurso significativo al momento de difundir la noticia, brindando al público la capacidad de ser testigo de lo que ocurre diariamente aún sin estar en el lugar de los hechos.

En ese contexto, podemos decir que la fotografía y el periodismo están ligadas entre sí, dependiendo una de la otra y a su vez, cumplir su principal objetivo que consiste en comunicar de manera profesional los hechos noticiosos y demás sucesos del acontecer diario, brindando información de calidad a la ciudadanía (Cumba y Mendoza, 2018).

Gracias a la aparición del internet, el periodismo y los medios masivos convencionales no tuvieron otra alternativa que adaptarse y explorar las nuevas plataformas digitales (Morejón y Zamora, 2019). Para Santillán (2019), esto supuso un reto gigantesco para los periodistas convencionales debido a que los medios de comunicación les exigían, a parte de su redacción habitual, tomar fotografías, hacer transmisiones en vivo y difundir contenido en las diferentes plataformas digitales como páginas web o redes sociales.

Es así que surge el periodista digital que para Jiménez y Nicolás (2023), es quien combina todas las características de los *mass media* como la naturalidad de las emisoras radiofónicas, el aspecto visual de la televisión y la mirada crítica de la prensa.

Dentro de las particularidades primordiales del periodismo en línea, encontramos su inmediatez al momento de difundir el contenido, aunque esto puede jugarle en contra debido que hay el riesgo de caer en la desinformación y por ende la falta de ética al no contar con el tiempo adecuado que se necesita para corroborar correctamente una fuente (Jiménez y Nicolás, 2023).

En su afán de conseguir un periodista multitarea, por así decirlo, los dueños de las diferentes empresas de comunicación se plantearon la idea de contratar periodistas digitales que son nativos de la tecnología actual para poder abarcar así los requerimientos de la audiencia y lectores que cada vez piden más contenidos de valor, creativos e inmediatos (Santillán, 2019).

Fotoperiodismo

Para Rodríguez y Orrala (2022), el fotoperiodismo se define como la recopilación gráfica de acontecimientos públicos. En un medio impreso, la fotografía puede brindar un valor agregado a una historia periodística al ofrecer a la audiencia detalles visuales de la información escrita, por tal motivo, hacer fotoperiodismo requiere conocimientos básicos en el uso de herramientas fotográficas, velocidad y mucho criterio, para que permita registrar con precisión los acontecimientos.

Según Sánchez (2019), podemos clasificar al Fotoperiodismo en 4 tipos:

- **Diarista:** Asiste a las coberturas y entrega el material recopilado tal cual es captado en el momento.
- **Revistero:** Compone narrativas por un lapso determinado para luego ser escogidas por el editor.
- **Fotoensayista:** Crea narrativas a partir de contenido propio
- **Documentalista:** Realiza contenido bajo su propio criterio y lo almacena para ser usado posteriormente.

Lo atractivo del fotoperiodismo es su habilidad para fusionar la capacidad de expresión de quien realiza la captura fotográfica y la realidad social que se vive en ese momento, la unión de esos dos factores es lo que le otorga al fotoperiodismo un gran poder (Sánchez, 2019).

Fotoperiodismo en las plataformas digitales

El fotoperiodismo al igual que otras ramas del periodismo ha tenido que ir cambiando y adaptándose a las plataformas digitales. Así lo menciona Vázquez (2019), quien refiere que la evolución del fotoperiodismo ha traído consigo transformaciones tanto para la fotografía como para el periodismo, pues la aparición de estas plataformas y a su vez las redes sociales, ha hecho que la difusión de imágenes cambié radicalmente, aunque las nuevas tecnologías facilitaron en gran medida el tiempo de producción y edición de estas.

Según Santillán (2019), con el surgir de las plataformas digitales, los periodistas adquirieron la necesidad de contar con un *smartphone*, pues se abrieron las posibilidades de compartir contenido noticioso en diferentes redes sociales, una de ellas, Facebook, sitios que tomaron fuerza gracias a Internet, este hecho transformó radicalmente la forma de hacer periodismo.

Cabe destacar, que el fotoperiodismo es una labor que necesita de profesionales comprometidos con la ética periodística y que conozcan los elementos técnicos y compositivos adecuados para poder brindar información veraz y apta para los ciudadanos (Rodríguez y Orrala, 2022).

En las últimas décadas, el fotoperiodismo ha sufrido un constante proceso de adaptación a nuevos procesos de grabación y diseño de imágenes, además de las exigencias de la audiencia, como la digitalización y masiva distribución de fotografías en las redes sociales, estos aspectos han generado un nuevo panorama con el que los profesionales de la comunicación tienen que enfrentarse (Barrazueta y Bellón, 2017).

Para Tigrero (2023), el fotoperiodismo es un campo que ha tenido que adoptar una nueva forma de informar, por este motivo ha migrado a plataformas nada tradicionales como los medios sociales, mismas que debido a la constante evolución tecnológica han pasado a transformarse en informantes confiables para el ciudadano.

Con esto, se sostiene que el fotoperiodismo ha tenido una evolución significativa en la era digital; a medida que la inmediatez y accesibilidad de la tecnología avanza, también se va transformando completamente la manera en cómo se capturan las fotografías, y a su vez, como estas son compartidas y consumidas por la población.

Desafíos del Fotoperiodismo en las plataformas digitales

Cuando hablamos de los desafíos a los cuales se enfrenta el fotoperiodismo en la era digital, Molano y Tagarro (2019), nos dan a conocer que los profesionales de esta rama se enfrentan a un fenómeno de incredulidad con respecto al origen de sus fotos, esto debido a la desinformación ocasionada por la propia distribución masiva de fotografías en las distintas plataformas digitales.

Según Rodríguez (2019), el consumo de contenido a través de internet vive una época de emergencia, ocasionada por la masiva divulgación de noticias falsas, lo que genera un gran nivel desconfianza en el ciudadano, ese escepticismo frente a tanta desinformación deja como daño colateral la incredulidad hacia los medios de comunicación y a quienes desempeñan profesiones ligadas al periodismo.

En ese contexto, resulta muy complicado superar esa proliferación masiva de imágenes, producidas sin control y difundidas en internet sin filtro alguno. Esa ausencia de imágenes con visión crítica y ética, han ocasionado dificultades significativas en la disciplina del fotoperiodismo en el contexto informativo (Molano y Tagarro, 2019).

Por otra parte, López (2024), nos menciona que la fotografía jamás había tenido la facilidad de acceso que posee en la actualidad, hoy en día cualquier individuo tiene la capacidad para adquirir un dispositivo móvil o teléfono inteligente con el cual pueden plasmar la realidad que existe a su alrededor. Así nace lo que conocemos como periodismo ciudadano que es otro de los factores que supone un gran desafío para el fotoperiodismo.

El periodismo ciudadano, que es catalogado como la participación permanente de individuos que, gracias a la globalización y a la accesibilidad tecnológica, pueden acceder a dispositivos que les permiten compartir información a través de las plataformas virtuales (Landeta et al., 2020),

por ocasiones adelantándose al propio profesional de la comunicación. Esto no quiere decir que solo los periodistas pueden comunicar con precisión el acontecer diario, pero sí significa que están en la obligación de hacerlo (Rodrigo y Cerqueira da Silva, 2018).

Otro aspecto para tomar en cuenta es la falta de presupuesto de los medios de comunicación, lo que ha desencadenado en factores como la explotación laboral, incumplimiento del pago de horas extras y recorte de salarios (Morejón y Zamora, 2019), convirtiéndose así en un reto muy importante que debe enfrentar el fotoperiodismo en el presente.

Oportunidades para el Fotoperiodismo en plataformas digitales

La era digital no solo ha sido de desafíos para el fotoperiodista, también ha presentado oportunidades como la de emplear nuevas narrativas que buscan cautivar y llamar la atención de la audiencia a través del contenido que se está difundiendo (Peixoto, 2020). Otra oportunidad es la capacidad de llegar a grandes audiencias con un solo clic, eso sumado a las herramientas que le brindan los teléfonos inteligentes en la producción de material fotográfico instantáneo, facilitando la vida de quienes se dedican a la labor del fotoperiodismo (Yulvitz, 2018). En ese contexto, Santillán (2019), manifiesta que las nuevas herramientas digitales que proporciona la tecnología se volvieron indispensables para ejecutar todos los procedimientos relacionados con el periodismo.

Además de estos aportes, Jiménez y Nicolás (2023), establecen que, con la llegada de la era digital y el uso del Internet, todos tienen la capacidad de acceder a una cantidad considerable de información, es decir, tienen la completa libertad de enterarse del acontecer diario, por tal motivo, esto contribuye significativamente a las profesiones relacionadas con la prensa, la libre opinión pública y la democracia. Hoy, Internet se ha vuelto la principal fuente de información para quienes se desempeñan en el campo del periodismo, sin importar el lugar donde se encuentren desempeñando sus labores de difusión de contenido noticioso, la navegación web se ha vuelto indispensable al momento de realizar cualquier tipo de investigación (Santillán, 2019).

La implementación de las nuevas tecnologías dentro del fotoperiodismo resulta crucial a la hora de buscar nuevas formas narrativas para envolver a nuestros espectadores. Temas tales como la realidad aumentada, fotografías y videos 360, y el uso de dron dentro del periodismo (Pérez et al., 2020), siendo una oportunidad para otorgar una experiencia inmersiva al ciudadano.

Por otra parte, es de conocimiento general que las redes sociales se han vuelto una de las principales fuentes de difusión de noticias en la actualidad. Ante esto, Martínez y Arribas (2021), señalan que no basta solo con difundir la información, hay que crear un ambiente de comunicación y retroalimentación con sus audiencias. Esto contribuirá a que se genere un sentido de participación, inclusión y pertenencia en el público.

Metodología

Este estudio se realizó a través de un enfoque mixto, abordaje que combina métodos cualitativos y cuantitativos (Creswell, 2014). En este caso, el uso de este enfoque fue relevante debido a que se pudo obtener datos para enriquecer la comprensión de la evolución del fotoperiodismo en una plataforma social como Facebook. Según el propósito, esta investigación es de tipo relacional, pues busca entablar conexiones entre variables, pero sin interferir directamente con ellas (Sampieri et al., 2014). Este tipo de investigación permitió explorar como ha ido evolucionando el fotoperiodismo en la red social Facebook y a su vez, el tipo de contenido que más capta la atención de la audiencia. En términos de alcance, esta investigación se clasificó como relacional. Puesto que brinda una visión sobre cómo ha evolucionado el fotoperiodismo a partir de la aparición de redes sociales como Facebook y en base a los intereses del público. Con respecto al diseño, fue una investigación transversal, en la aplicación de las entrevistas, dado que se realizó en un único momento en el tiempo, a la vez también fue retrospectiva debido a que se tomaron registros de métricas de años anteriores, respecto al fotoperiodismo generado por medios digitales en Facebook desde mayo de 2019 hasta diciembre de 2023 en el Ecuador.

Universo y Muestra

El universo de la muestra estuvo compuesto por las fotografías periodísticas con más alta interacción en cuanto a *likes*, comentarios y veces compartido durante el periodo mayo 2019 – diciembre 2023, de dos importantes medios digitales como son MP Noticias a nivel provincial (El Oro) y Primicias a nivel nacional (Ecuador) los cuales fueron tomados como casos de estudio para la presente investigación.

Se recurrió a un muestreo probabilístico y dado que el universo fue de carácter limitado, el tamaño de la muestra fue calculado con la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

- $N = 122$: El número total de la población o universo.
- $Z = 1.96$: Coeficiente de seguridad que corresponde a un nivel de confianza del 95%.
- $p = 0.05$: Proporción esperada de la población que posee la característica de interés.
- $q = 0.95$: Complemento de p , es decir, $q = 1 - p$.
- $d = 0.05$: Margen de error o precisión deseada, equivalente al 5%.

La muestra calculada garantiza que los resultados de esta investigación contarán con un 95% de precisión y un 5% correspondiente al margen de error, lo cual es un estándar razonable en estudios científicos de calidad. Con esta muestra, podremos realizar inferencias válidas y representativas sobre la población total de 122 fotografías, minimizando así, el riesgo cometer errores en los datos obtenidos.

La muestra de $n = 112$ resultante de la aplicación de la fórmula, es suficiente para proporcionar resultados confiables dentro del margen de error determinado. Esto garantiza que las conclusiones derivadas del estudio sean robustas y aplicables al universo completo de la población bajo análisis.

Técnicas de recopilación de datos

La recolección de datos se llevó a cabo mediante tres instrumentos principales, la entrevista a profundidad, que según Kvale (1996), es una técnica que nos facilita obtener datos cualitativos minuciosos para enriquecer nuestro estudio. Esto permitió explorar la opinión de 3 expertos en el área del fotoperiodismo, la comunicación y las redes sociales, sobre la evolución del fotoperiodismo en Facebook, su impacto en la audiencia y las estrategias para captar la atención del público. Se utilizó también la ficha de observación, de acuerdo con Anguera (2003), estas fichas nos facilitan organizar y clasificar los datos obtenidos presentándolos de manera ordenada y haciendo que su análisis sea más sencillo al momento de documentar las características de cada una de las 112 fotografías elegidas, que incluyó aspectos como el género de la noticia, el formato, el plano fotográfico utilizado y también la interacción generada a través de likes, compartidos y comentarios. Además, se recurrió a la revisión bibliográfica sobre fotoperiodismo, comunicación visual y el uso de Facebook como plataforma de difusión de noticias; adicionalmente, se utilizó la herramienta Meta Business Suite, para ubicar las fotografías de mayor interacción en los medios digitales antes mencionados.

Validación de instrumentos

Los instrumentos fueron validados por expertos mediante el Coeficiente de Validez de Contenido (CVC), una técnica que permitió evaluar la adecuación y pertinencia de los ítems. (Hernández, 2002). Este coeficiente cuantificó el acuerdo entre los expertos sobre la validez de los ítems del cuestionario, obteniendo en este estudio un CVC alto para todos los ítems, lo que garantiza su fiabilidad. Para evaluar la confiabilidad del instrumento, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, lo que indica una consistencia interna adecuada en los ítems de las preguntas empleadas (Cronbach, 1951).

Resultados

Se analizaron un total de 112 fotografías desde el mes de mayo del 2019 hasta diciembre del año 2023, se escogió una fotografía de cada mes durante el periodo de estudio en los medios de comunicación MP Noticias y Primicias.

Tabla 1. Total de fotografías periodísticas analizadas durante el periodo de estudio

Año	MP Noticias	Primicias	Total
2019	8	8	16
2020	12	12	24
2021	12	12	24
2022	12	12	24
2023	12	12	24
			112 fotografías

Fuente: elaboración de los autores en base a la información obtenida de los medios analizados

A continuación, se mostrarán los datos más relevantes obtenidos de las fichas de observación aplicadas a las fotografías periodísticas difundidas por los medios de comunicación digitales objetos de este estudio.

Tabla 2. Fotografías fotoperiodísticas del medio Primicias años 2020

Mes	Género	Formato	Plano	Interacciones	Comentarios	Compartidos
Enero	Nacional	Horizontal	Medio	1106	36	201
Febrero	Deportes	Horizontal	Primer Plano	703	111	62
Marzo	Deportes	Horizontal	General	325	30	33
Abril	Política	Cuadrado	Medio Corto	961	230	84
Mayo	Local	Horizontal	Plano General	195	62	186
Junio	Local	Horizontal	General	148	25	72
Julio	Política	Horizontal	Primer Plano	364	101	16
Agosto	Nacional	Horizontal	Picado	796	150	427
Septiembre	Actualidad	Horizontal	Plano General	117	5	50
Octubre	Deportes	Horizontal	General	6314	163	440
Noviembre	Nacional	Horizontal	General	644	26	42
Diciembre	Deportes	Horizontal	Medio	2771	270	119

Fuente: elaboración propia a partir de los datos tomados de las fichas de observación de redes sociales.

Nota. En el medio de comunicación primicias tiene mayor interacción el género deportivo llevando consigo una gran cantidad de likes, comentarios y compartidos. Así mismo el plano fotográfico más utilizado es el General y en cuanto a formato es el horizontal el más utilizado.

Tabla 3. Imágenes fotoperiodísticas del medio MP Noticias año 2020

Mes	Género	Formato	Plano	Interacciones	Comentarios	Compartidos
Enero	Crónica roja	Vertical 9:16	General	99	20	29
Febrero	Internacio- nal	Cuadrado	Medio	467	28	594
Marzo	Sucesos	Horizontal	General	264	267	180
Abril	Actualidad	Horizontal	Americano	1119	155	419
Mayo	Actualidad	Horizontal	General	192	70	242
Junio	Sucesos	Cuadrado	Medio largo	1319	124	503
Julio	Actualidad	Cuadrado	General	1119	72	924
Agosto	Crónica Roja	Cuadrado	General	1323	60	525
Septiembre	Actualidad	Cuadrado	Medio	91	62	59
Octubre	Sucesos	Cuadrado	Medio Largo	204	65	49
Noviembre	Sucesos	Horizontal	General	560	272	195
Diciembre	Sucesos	Horizontal	General	1700	68	131

Fuente: elaboración de los autores a partir de los datos tomados de las fichas de observación de redes sociales.

Por otra parte, en el medio MP Noticias vemos que predomina mucho los géneros de sucesos y crónica roja, llevándose gran parte de la interacción de la audiencia. Este medio varía en el formato utilizado, siendo estos horizontal, vertical y cuadrado. Al igual que el medio Primicias el plano más utilizado es el general.

Tabla 4. Imágenes fotoperiodísticas del medio Primicias año 2023

Mes	Género	Formato	Plano	Interacciones	Comentarios	Compartidos
Enero	Crónica	Cuadrado	General	269	12	20
Febrero	Deporte	Cuadrado	General	267	3	9
Marzo	Deporte	Horizontal	General	3265	51	129
Abril	Local	Cuadrado	Medio largo	2760	784	84
Mayo	Política	Cuadrado	Medio largo	276	239	29
Junio	Crónica	Cuadrado	Medio corto	102	17	7
Julio	Local	Cuadrado	Contrapicado	475	32	29
Agosto	Local	Cuadrado	General	754	327	151
Septiembre	Deporte	Retrato	Medio Largo	12.648	315	377
Octubre	Nacional	Cuadrado	General	163	63	28
Noviembre	Deporte	Retrato 4:3	Medio largo	618	21	92
Diciembre	Crónica	Cuadrado	General	300	77	41

Fuente: elaboración de los autores en base a la información obtenida de las fichas de observación

Nota. Durante el año 2023, hay un salto gigante en cuanto al formato utilizado para la difusión de imágenes periodísticas, según los datos recopilados en las fichas de observación, el formato horizontal (16:9) es sustituido por el formato cuadrado (1:1) o el retrato (4:3).

Tabla 5. Imágenes fotoperiodísticas de MP Noticias año 2023

Mes	Género	Formato	Plano	Interacciones	Comentarios	Compartidos
Enero	Crónica Roja	Cuadrado	General	494	38	148
Febrero	Sucesos	Cuadrado	General	251	9	27
Marzo	Actualidad	Cuadrado	General	386	33	102
Abril	Sucesos	Cuadrado	Americano	341	21	62
Mayo	Sucesos	Cuadrado	General	140	2	17
Junio	Sucesos	Cuadrado	General	334	11	87
Julio	Sucesos	Cuadrado	General	211	2	12
Agosto	Crónica Roja	Cuadrado	General	171	11	25
Septiembre	Crónica Roja	Cuadrado	Detalle	393	23	88
Octubre	Crónica Roja	Cuadrado	General	226	15	27
Noviembre	Servicio Social	Vertical	Plano Entero	482	59	355
Diciembre	Sucesos	Retrato 4:3	Contrapicado	1344	159	105

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos de la ficha de observación

Nota. Al igual que el medio digital Primicias, la mayoría de las fotografías de MP Noticias siguen un formato cuadrado, acompañadas de un plano general. Esta combinación sigue la tendencia de tomar fotografías simples, rápidas y directas, que es el estilo usado frecuentemente en celulares y redes sociales.

A continuación, los resultados más relevantes de la entrevista estructurada. En la tabla presentada a continuación se resumen los datos obtenidos de los expertos entrevistados.

Tabla 6. Resultados de entrevistas sobre la evolución del fotoperiodismo en Facebook

Pregunta	Ing. Severo García, Mgs (Director de Comunicación en Radio Machala)	Lic. Paula Moreno, Mgs. (Fotógrafa y Content Creator)	Lic. Ronnie Pintado (Fotógrafo y Analista de Comunicación)	Resumen de Respuestas Comunes
¿Según su percepción cómo ha sido la transición de los fotoperiodistas ecuatorianos de pasar de los medios de comunicación tradicionales a las plataformas digitales como Facebook?	La adaptación ha sido radical, porque ha sido un salto muy grande y tuvieron que aprender a manejar equipos modernos como el celular.	Ha sido bastante desafiante porque antes te preparaban en lo que es prensa, televisión, radio, pero no en redes sociales.	Ha sido un cambio profundo, pues antes se acostumbraba a una estructura rígida en cuanto a publicación y ahora todo es en tiempo real	Coinciden en que ahora la audiencia prefiere la noticia en tiempo real

Pregunta	Ing. Severo García, Mgs (Director de Comunicación en Radio Machala)	Lic. Paula Moreno, Mgs. (Fotógrafa y Content Creator)	Lic. Ronnie Pintado (Fotógrafo y Analista de Comunicación)	Resumen de Respuestas Comunes
¿De qué manera cree usted que la integración de Facebook en los medios periodísticos han transformado la producción y difusión de contenido fotoperiodístico?	Ahora todo es mucho más rápido, incluso ahora existe el info entretenimiento que consiste en contar la misma noticia de manera más dinámica	Se ha democratizado el acceso a la información, ahora cualquier persona con un celular puede saber qué es lo que está pasando	Ha cambiado totalmente el cómo se consume el contenido fotoperiodístico, pasando de lo informativo a lo dinámico y que impacta visualmente	Todos coinciden en que el contenido ahora se consume mucho más rápido.
¿Cuáles han sido los principales cambios en las estrategias de publicación y distribución de fotoperiodismo en Facebook durante el periodo 2019-2023?	Ahora ha pasado a tener mucha importancia la adaptación a las nuevas tendencias y lo que el público pide, para generar interacción	La parte visual ha cambiado muchísimo, lo que ahora impacta es en muchas ocasiones lo más sencillo, lo que sea de rápido y fácil consumo	Han cambiado las estrategias de contenido, pocos segundos para captar la atención, posibilidad de promocionar una publicación para mayor difusión	Los entrevistados coincidieron en los cambios de las estrategias de contenido
¿Qué impacto cree que han tenido las herramientas de Facebook en la forma de presentar el fotoperiodismo?	Ha posibilitado la creación de comunidades.	Inmersión profunda dentro de la historia, más interactiva, y te cuentan en el hecho en el momento exacto en el que ocurre.	Han permitido mostrar la historia en una forma más dinámica y a detalle, y consumir la noticia en tiempo real	Todos coinciden en que estas herramientas han hecho posible que exista mucha más interacción entre el fotoperiodista y la audiencia.
¿Qué técnicas usted ha encontrado más efectivas para atraer la atención de la audiencia en redes sociales como Facebook?	Los <i>social ads</i> y la segmentación son técnicas que te permiten dirigirte a un público en específico y hacer que tu contenido llegue mucho más rápido.	Productos cortos, titulares precisos, e interacción directa con los seguidores, que ellos obtengan respuesta aumenta el compromiso de mantenerse informado.	Usar imágenes de alto impacto emocional, Además de post con preguntas abiertas o encuestas que fomenten la interacción de la audiencia.	Los entrevistados coincidieron en que el pauta-je es una herramienta que te ayuda a visibilizar más tu contenido
¿Qué papel ha jugado Facebook en la evolución de la credibilidad del fotoperiodismo en Ecuador durante el periodo 2019 -2023?	Hay personas que pueden llegar a ser engañados por imágenes que ahora se manipulan con inteligencia artificial. Hay mucha suplantación de identidad	Sufrimos de que alguien suplante tu identidad digital.	Las noticias falsas son un problema que aparece con más frecuencia, pero Facebook te permite crear una relación de confianza con tus seguidores lo que ayuda en la credibilidad a largo plazo	Los entrevistados coincidieron en que Facebook ha jugado un papel en la aparición de noticias falsas que ha derivado en la suplantación de identidad perjudicando la credibilidad de los fotoperiodistas.

Pregunta	Ing. Severo García, Mgs (Director de Comunicación en Radio Machala)	Lic. Paula Moreno, Mgs. (Fotógrafa y Content Creator)	Lic. Ronnie Pintado (Fotógrafo y Analista de Comunicación)	Resumen de Respuestas Comunes
¿Considera usted que el <i>feedback</i> que se recibe de la audiencia en Facebook influye en la evolución del enfoque y estilo del fotoperiodismo?	No hay forma de desarrollar con efectividad el fotoperiodismo sin escuchar la opinión del usuario, no quiere decir que hagas lo que él te diga, pero si podrás conocer que es lo que se está consumiendo más.	Es una manera importantísima para mantener a tu audiencia contigo, compartir ideas u opiniones es lo más idóneo,	Es importante porque permite visualizar que tipo de contenido es más relevante y cómo impacta con el público.	Todos están de acuerdo en que el <i>feedback</i> es importante.
¿Cómo ve el futuro del fotoperiodismo en Facebook en comparación con otras redes sociales emergentes?	está en una etapa estable, se puede seguir creando contenidos atractivos que llamen la atención	Facebook no ha muerto. Instagram y TikTok han ganado terreno porque su enfoque es más dinámico, pero Facebook tiene un poco de cada uno.	Facebook seguirá siendo una plataforma importante para quienes busquen información mucho más detallada y completa, a diferencia de otras redes que se consumen mucho más rápido.	Todos coinciden en que Facebook se mantiene como una red social fuerte para el desarrollo del fotoperiodismo

Fuente: elaboración propia en base a las respuestas obtenidas de los expertos

Los entrevistados brindaron información relevante sobre la evolución del fotoperiodismo y como se ha adaptado a plataformas digitales como Facebook, todos coincidieron en que esta red social es la puerta perfecta para llegar a un amplio público con un solo clic. Sin embargo, varios expertos expresaron su preocupación ante la masiva divulgación de noticias falsas y suplantación de identidades a los que está expuesto el fotoperiodismo en esta red social, lo que pondría en tela de duda la credibilidad del fotoperiodista. Este resultado es consistente con la literatura, que resalta la emergencia que vive esta profesión y el consumo de contenido ocasionada por la masiva divulgación de *fake news* en las plataformas digitales (Rodríguez, 2019).

Por ese motivo, es importante mantener un *feedback* con tu audiencia y establecer una conexión con ellos para de alguna forma mitigar este problema emergente (Paula Moreno, comunicación personal, 2 de noviembre de 2024). Según García (comunicación personal, 31 de octubre de 2024), aunque han surgido nuevas plataformas digitales, el fotoperiodismo en Facebook permanece en una etapa estable, esto le brinda la oportunidad de seguir generando contenidos llamativos, que capten la atención de la audiencia a través de esta plataforma que es muy relevante y de alto consumo.

Discusión

Los resultados recopilados en esta investigación nos brindan un amplio panorama sobre cómo ha evolucionado el fotoperiodismo en Facebook durante el periodo comprendido desde mayo de 2019 hasta diciembre de 2023 en Ecuador. Revelando que redes sociales, como Facebook, influyen en el consumo de fotografías que brindan emociones y captan la atención del público en tiempo real, pues la audiencia ahora busca noticias directas, llamativas y a la mayor brevedad posible.

Particularmente, este estudio revela la relación que existe entre Facebook y fotoperiodismo, pues quienes se dedican a esta labor han tenido que irse adaptando a las nuevas herramientas e irse abriendo paso junto a una audiencia que ya no solo consume contenido, sino que también lo crea y lo difunde. En relación con investigaciones previas, los resultados de este estudio presentan similitudes clave con los hallazgos de otros trabajos que han abordado la evolución del fotoperiodismo en plataformas como Facebook. Por ejemplo, estudios como el de Pérez y Pedrero (2021), que examinaron los retos del periodismo frente a las redes sociales, encontraron que se han desarrollado nuevas costumbres con respecto al consumo de información, pues ahora buscan algo rápido con menos extensión de texto, pero con más profundidad en lo que transmiten.

Hechos que se ven reflejados en el análisis de nuestra ficha observación fueron las preferencias de contenido debido al alto porcentaje de interacción de fotografías en comparación por otras, es así que en el medio MP Noticias queda marcada la inclinación por los sucesos de crónica roja y en el medio Primicias por los temas deportivos. Aunque los resultados de esta investigación son relevantes, presenta algunos obstáculos que se deben tomar en cuenta como, por ejemplo, la escasez de material bibliográfico sobre el tema tratado, lo que podría afectar la fundamentación teórica del estudio.

A pesar de que los datos obtenidos son concretos, una muestra más diversa podría contribuir en la obtención de una mirada más amplia sobre las preferencias de contenido fotoperiodístico de las audiencias. Dicho esto, el presente estudio abre las puertas para investigar otros aspectos relacionados con el fotoperiodismo, como el análisis del fotoperiodismo algorítmico, pues según Codina et al. (2022), los algoritmos son los que tienen la batuta a la hora de mostrar y difundir un contenido a la comunidad digital y como este factor influye en las técnicas para informar sobre los acontecimientos por parte de los medios de comunicación.

Conclusiones

En conclusión, los fotoperiodistas deben adaptarse a las nuevas plataformas digitales. Este hallazgo fortalece lo expuesto en investigaciones anteriores como la de Pérez y Pedrero (2021), y además contribuye al conocimiento existente con información relevante sobre la adaptabilidad del fotoperiodismo a la plataforma digital Facebook y sobre todo a los desafíos y oportunidades que puede encontrar dentro de esta red social. La difusión de contenido fotoperiodístico en ti-

empo real, con imágenes sencillas y directas permite llegar a un público mucho más amplio, a diferencia de lo que se hacía antes ya que pasaban por un proceso de producción y distribución mucho más demorado.

Por otra parte, este análisis ha permitido demostrar la importancia de las interacciones en Facebook, y a su vez, surge la necesidad de plantear la interrogante sobre cuál es la función que cumplen los *likes*, los comentarios y las veces que se comparte un contenido en la interpretación de fotografías con el propósito de difundir contenido fotoperiodístico a la par de las necesidades de la comunidad digital. En conclusión, este estudio valida elementos teóricos relevantes, y además ofrece una visión práctica sobre la evolución del fotoperiodismo en Facebook, destacando la necesidad de adaptar la fotografía noticiosa a esta plataforma digital. El impacto de los datos obtenidos en el rol que cumplen los fotoperiodistas resalta la importancia de continuar investigando sobre el contenido fotoperiodístico, direccionado a un enfoque multiplataforma, con el objetivo de conseguir avances significativos tanto en el ámbito teórico como práctico.

Referencias

- Anguera, M. T. (2003). *La observación en las ciencias sociales: Un enfoque metodológico*. Editorial Graó.
- Barrazueta Molina, P., & Bellón Rodríguez, A. (2017). La imagen constante. Los retos de un fotoperiodista integral. *Razón Y Palabra*, 21(4), 674-687.
- Codina L, Lopezosa C, Rovira C. (2022). Periodismo y algoritmos: de la era de la información a la era del algoritmo. *Doc Cienc Inf*, 45(1), 1-5. <http://dx.doi.org/10.5209/dcin.79269>
- Cresswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cumba Castro, E., & Mendoza, K. (2018). El fotoperiodismo en los procesos informativos de la crónica roja. Análisis del caso el diario “La Marea”. *Razón y Palabra*, 22(2), 399-418.
- Gutiérrez, S. C. (2023). La Influencia del fotoperiodismo en la sociedad actual. Delfino. <https://delfino.cr/2023/12/la-influencia-del-fotoperiodismo-en-la-sociedad-actual>
- Hernández Nieto, R. (2002). *Metodología de la investigación: Un enfoque práctico*. McGraw-Hill
- Jiménez Vinuesa, C., & Nicolás Sans, R. (2023). Ethical journalism vs digital journalism: ¿Las dos caras de la misma moneda? *VISUAL REVIEW, International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 15(1), 1-10.
- Kvale, S. (1996). *Interviews. An introduction to qualitative research interviewing*. SAGE Publications
- Landeta Bejarano, Z., Salamea Limones, V., & Montecé Mosquera, F. (2020). Redes Sociales y Periodismo Ciudadano: Investigación Documental. *Journal of Science and Research*, 5(1), 149-164.

- López Redondo, I. (2024). La necesidad de una mirada personal en la era de la fotografía efímera. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(1), 387-390.
- Martínez Sanz, R., & Arribas Urrutia, A. (2021). El rol de las redes sociales para futuros periodistas. Manejo, uso y comportamiento de estudiantes y profesores universitarios de Ecuador. *Cuadernos.Info*, (49), 146-165. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27869>
- Molano, M. M., & Tagarro, A. (2019). La mirada hipermétrope: el fotoperiodismo en la era de las redes sociales. *Fotocinema. Revista Científica De Cine Y Fotografía*, 19, 175-188. <https://doi.org/https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2019.v2i19.6651>
- Morejón Vallejo, R., & Zamora Pérez, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos Y Contextos*, (18), 11-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>
- Peixoto, J. G. (2020). Experiências inovadoras no fotojornalismo contemporâneo: o caso Innovative Storytelling do World Press Photo Digital Storytelling Contest. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 43(2), 91-112.
- Peralta Barrios, M. (2018). El desafío de las fotoperiodistas. Una aproximación a la presencia de mujeres en las agencias fotográficas. *Área Abierta*, 18(1), 39-54. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/ARAB.57056>
- Pérez Escoda, A., & Pedrero Esteban, L. M. . (2021). Retos del periodismo frente a las redes sociales, las fake news y la desconfianza de la generación Z. *Revista Latina De Comunicación Social*, (79), 67-85. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1519>
- Pérez Seijo, S., Gutiérrez Caneda, B., & López-García, X. (2020). Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos. *Comunicación*, 10(3), 129-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>
- Rodrigo Alsina M, Cerqueira da Silva LJ. (2018) Ética e jornalismo: na era da Pós-verdade. *Revista observatorio*, 4(3), 726-58. <http://hdl.handle.net/10230/34547>
- Rodríguez Pérez, C. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74. <https://doi.org/https://doi.org/10.18566/comunica.n40.a05>
- Rodríguez Suárez, R. M., & Orrala Soriano, L. A. (2022). Aplicación y uso del fotoperiodismo en el diario impreso Super Peninsular. *Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR*, 5(9), 29-49. <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0034>
- Rubal Thomsen, M. (2018, 13 de abril). Los orígenes de la fotografía. La Vanguardia. <https://lc.cx/uqWrC7>
- Ruiz, V. (2019). *Los usos sociales de la fotografía digital contemporánea: Mostrarse a través de Instagram* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Rosario].
- Sampieri, H. A., Collado, C. F., & Lucio, P. A. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill
- Sánchez López, S. (2019). Poder fotográfico. *Dixit*, (31), 100-106.
- Santillán Arruz, J. (2019). El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades. *Cultura*, 33, 87-118.

- Tigrero Pilligua, C. J. (2023). *Fotoperiodismo mediático en los medios digitales del cantón Santa Elena* [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena].
- Vázquez Herrero, J. (2019). Redes, filtros y algoritmos: aproximación al fotoperiodismo en Instagram. *Razón y Palabra*, 23(106), 272-289.
- Yulvitz Ramón, Q. (2018). Uso de las aplicaciones del Smartphone en el fotoperiodismo. *Cultura*, 32, 55-76. <https://doi.org/https://doi.org/10.24265/cultura.2018.v32.03>

Autores

Alberto Jhonatan Tandazo Morales. Licenciado en Comunicación Social, estudiante de cuarto nivel de posgrado de Maestría en Comunicación Estratégica Digital y Audiovisual, creador de contenido audiovisual en Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro

Cristian Andrés Erazo Álvarez. Universidad Católica de Cuenca

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.