

## El valor de la visualización fotográfica en Prensa: fotoperiodista y ciudadano \*

---

H. Miluska Sánchez Gonzales \*\*

### 1. FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA Y COMUNICACIÓN

La necesidad de comunicar e informar cada vez mejor dentro de contextos heterogéneos, híbridos y transformaciones tecnológicas ha supuesto cambios transcendentales en la percepción visual de los mensajes comunicativos a través de su difusión por los medios impresos.

El hombre se encuentra circunscrito en espacios complejos penetrables por la cultura de la imagen que día a día cobra más importancia dentro de procesos comunicativos, sociales, políticos, culturales, económicos, etc. La imagen informativa se materializa en la construcción de la realidad mediática.

La fotografía cuando pasa de ser simplemente un imán que atrae visualmente la mirada del receptor para dar a conocer los hechos de actualidad, adquiere una distinción que nos lleva a hablar de la fotografía periodística como aquella que tiene detrás la interpretación de la realidad vista por un fotógrafo que, transmitirá por procesos codificadores al sujeto receptor, quién a su vez, interpretará el mensaje según su contexto y habitat.

Dicho esto, podemos hablar de una técnica comunicativa que propende ser mediadora entre dos sujetos operatorios, de un lado el fotógrafo de prensa y del otro el ciudadano, ambos unidos por un mensaje visual y de interés común que ha sido transmitido a través de los medios.

---

\* Aportación al “*Encuentro sobre Medios de Comunicación y Feria sevillana*”.

\*\* Periodista y profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Doctora en Periodismo y miembro del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. Doctora en Periodismo.

La fotografía en prensa se ancla en un amplio campo que abarca desde la forma de transmisión directa y eficaz de los hechos a la que llaman algunos autores<sup>1</sup> fotoperiodismo hasta la mera presencia ilustrativa al lado del relato y vinculada con la divulgación, denominada fotoilustración.

El fotoperiodismo como término es aquel que señala la función profesional en prensa, así como un tipo de imagen mediática que son encauzadas por los medios. Se vincula a las distintas áreas de información periodística y cuenta con una clasificación genérica propia de una tradición histórica equivalente a los géneros periodísticos. Se halla influido por estilos y por los modos de hacer fotografía de la realidad, el documentalismo<sup>2</sup>.

La fotoilustración se encuentra definida como otra categoría de la fotografía periodística que implica toda imagen fotográfica compuesta de “*fotografías (en collage, fotomontajes, electrónicos o convencionales) o de fotografía combinada con otros elementos gráficos, que cumpla la función clásica de ilustración*”. Su objetivo es la comprensión mimética o visual de modo que genere en el receptor la aproximación a los contenidos del texto, del hecho, concepto o idea expresada. Está vinculada con la vocación didáctica y divulgativa y ligada al desarrollo de los nuevos modelos de prensa por su adecuación a las temáticas del periodismo de servicios<sup>3</sup>.

La fotografía periodística coge ambos campos que se hallan relacionados por la función de dar a conocer a través de códigos visuales, es decir, aquello que no puede expresar a través de las palabras porque es el reflejo de los hechos, apoyo del comentario y soporte de fórmulas y procedimientos expresivos y emotivos.

Dicho esto, es necesario saber que, dentro del contexto actual la imagen fotográfica nos transmite datos y nos comunica sentimientos por medio de codificaciones y estímulos visuales, de ahí que es importante conocer el valor de la fotografía periodística dentro espacios locales y culturales.

---

<sup>1</sup> Autores como Pepe Baeza (2003) atribuyen dos grandes grupos a la fotografía en prensa de forma clara y sencilla: fotoperiodismo y fotoilustración.

<sup>2</sup> Algunos autores como Eugène Smith llaman al fotoperiodismo como “documentalismo con un propósito” definido así, por procesos mediáticos de difusión. BAEZA, Pepe: *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Gustavo Gili S.A. Barcelona, 2003, pág. 39.

<sup>3</sup> *Ibidem*, págs. 38 y 39.

---

## 2. DEMOCRATIZACIÓN Y AXIOLOGÍA

La sociedad postmoderna regentada por la llamada sociedad del conocimiento como fruto del creciente flujo informativo que, intenta estrechar la brecha digital, ha permitido dentro del campo de la fotografía acortar distancias con perspectivas culturales que incitan a una participación ciudadana popular.

El avance de la fotografía periodística se debió al bajo costo del uso de las tecnologías que se dio a finales de los ochenta y principios de los años noventa. Hoy, la tecnología permite la conexión directa entre las máquinas y los ordenadores e interfaces como *“los modems que permiten el envío rápido de las fotos”*<sup>4</sup>.

Estos hechos implicaron diversos debates sobre el cuestionamiento de la capacidad de dar a conocer la realidad de los hechos a través de la fotografía periodística, dónde estarían los límites entre lo que es real de lo que aparentemente parece ser real, es decir de una representación o una pseudo-realidad.

De acuerdo a la premisa expuesta destacamos como ejemplo al “Times”<sup>5</sup> en 1989, más tarde el 12 de agosto de 1990, “The New York Times” presentó una *“imagen digital realizada a partir de una fotografía de la conferencia de Yalta, en la que aparecían Rambo y Groucho”*. Un año más tarde, el 24 de julio publicaba una imagen de Saddam Hussein y James Baker en un *“pseudoencuentro cordial”*. Asimismo, el periódico, “Washington Post” hizo *“desaparecer” a una actriz secundaria de una foto en que ella aparecía con el sujeto principal de la fotografía, Helen Hayes*<sup>6</sup>. Estos fueron algunos de los casos donde se identifico cierta distorsión en las imágenes.

---

<sup>4</sup> En 1989 salen al *“mercado las primeras cámaras digitales: Rollei Digital Scanback, la Fujix Digital Still Camera y la Kodak Professional DCS. Surge también el software adaptado al almacenamiento, manipulación, edición y visualización de imágenes. En el campo de la fotografía digital, cambian los procesos de captar, mostrar e imprimir las fotos. En septiembre de 1990, Kodak lanza el Photo CD y, al año siguiente, la Philips coloca en el mercado un sistema de CD interactivo; al mismo tiempo que Canon, Xerox y Kodak ponen a la venta las fotocopiadoras digitales”*. SOUSA, Jorge Pedro: *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Comunicación Social, Sevilla, 2003, pág. 259.

<sup>5</sup> En una de sus portadas, ennegreció la cara de O. J. Simpson.

<sup>6</sup> SOUSA, Jorge Pedro: op. cit. pág. 260.

---

Las tecnologías digitales transforman el mundo de las imágenes a través de miles de impulsos electrónicos teniendo en cuenta el tiempo, espacio, la comodidad y la calidad<sup>7</sup>. Asimismo, puede ser la resultante de una alteración de forma electrónica que Sousa (2003) denomina bricolage electrónico.

Frente al progreso digital, la fotografía periodística se halla inmersa en espacios limítrofes que, por un lado, puede llevar al fotoperiodista o fotógrafo de prensa a realizar tratamientos indebidos de la imagen que posteriormente genere desconfianza y por otro, a corroborar su verdadero compromiso profesional y axiológico con él y con la sociedad.

Esta claro que, el buen uso de la tecnología e innovación, entendiendo como aquella que genera un producto con un valor añadido dentro de los procesos sociales, ha de tener en cuenta la ética como principal motor que rige la percepción del mundo en relación con la construcción de la realidad.

La democracia digital no tiene sentido en una sociedad tecnocrática por su compromiso de equidad, pero tampoco tiene sentido en una sociedad sin compromisos axiológicos<sup>8</sup>.

Pues, es necesario saber, conocer, utilizar y aplicar correctamente los términos de tecnología, ecoinnovación y deontología, así como el sentido de la responsabilidad frente a cualquier recurso fotográfico dentro de acciones individuales, colectivas, culturales, ideológicas y mediáticas.

Se trata de la necesidad de atrapar las imágenes en una milésima de segundo para que pasen a la conciencia de miles de personas que necesitan esa transmisión visual a través de la prensa.

La tecnología avanza de forma vertiginosa, tal es así que hoy, cada uno de nosotros portamos una cámara fotográfica en nuestros móviles y hacemos uso de ella en cualquier momento, asimismo, somos conscientes de la existencia de una variedad de programas en el mercado como el “photoshop” que perfectamente puede manipular cualquier fotografía durante su tratamiento, de ahí que, nos planteamos una interrogante ¿dónde se establecen los límites en el momento de retocar las imágenes con los últimos programas de diseño?

---

<sup>7</sup> Hay que tener en cuenta desde su almacenamiento hasta su producción, varía de forma indiscutible.

<sup>8</sup> ECHEVERRÍA, Javier: *Ciencia y valores*. Destino, Barcelona, 2002.

---

La respuesta a esta pregunta se dio a viva voz en el “*Encuentro sobre medios de comunicación y Feria sevillana*”<sup>9</sup> por profesionales que ejercer dicha labor, quienes respondieron a los futuros profesionales de forma unánime que, no se puede distorsionar, ni alterar la fotografía, sólo se puede mejorar la calidad de las mismas, de lo contrario estarían faltando al código deontológico de la profesión.

Hoy, la práctica profesional nos lleva a decir que en los medios impresos la fotografía periodística tiene un gran valor por necesidades cognitivas del hombre que esta educado en la sociedad de la imagen. De ahí que la prensa desempeña un papel importante de orientar y educar apelando a la conciencia humana.

### 3. LOS AGENTES OPERATORIOS Y LA SIGNIFICACIÓN

La fotografía periodística toma notoriedad en la prensa como una forma de percibir la realidad del mundo. Código visual que se presenta como aval de objetividad desde sus inicios de difusión y circunscrito al hábitad del individuo<sup>10</sup>.

Establece la eficacia y productividad comunicativa a través de la percepción cognitiva del individuo ofreciendo la posibilidad de registros inmediatos en milésimas de segundos y cada vez, con métodos más eficaces dado por el continuo desarrollo tecnológico.

En la fotografía se establece puntos de coincidencia códica de “representación con intención significativa” y de “reconocimiento” que a su vez, dependen de la información que se desea transmitir y de la capacidad del

---

<sup>9</sup> Contaron con la presencia de destacados profesionales, Eduardo Abad, de “*Efe*”; Javier Díaz de “*El Correo de Andalucía*”; Manuel Ruesga, de “*Diario de Sevilla*”; José Manuel Serrano del “*ABC*” y Fernando Ruso de “*El Mundo*”, en el panel denominado: “*La fotografía periodística vista por los profesionales*” al que fui invitada para moderar la mesa. Evento que reunió a más de cincuenta profesionales de distintos medios en las diferentes sesiones en las que se celebró. Estuvo organizado por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información del 10 al 12 de diciembre de 2007 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla bajo la dirección de José Manuel Gómez y Méndez.

<sup>10</sup> ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 33.

---

sujeto receptor para entender su origen y su relación con la realidad de los hechos<sup>11</sup>.

El reportero gráfico o fotoperiodista interpreta la realidad de los hechos y la plasma a través de un mensaje icónico visual que a su vez, es interpretado y valorado por el ciudadano dentro de un contexto determinado.

Si bien, el fotoperiodista es el que hace posible la transmisión de esa fotografía teniendo en cuenta la mediación técnica, la actuación, valoración y el proceso mediático en el momento oportuno, ¿cuál es la significación visual que le otorga el ciudadano frente a esa valoración?, ¿existen límites?

Es complicado dar respuesta a la interrogante antes citada porque no se han establecido límites entre cuál de ellos le otorgaría el verdadero valor a la fotografía, más, si podemos decir que el eslabón de esta cadena se halla en la forma de interpretación visual por ambas partes.

Iniciamos esta andadura partiendo de la importancia de destruir toda norma de interpretación de forma consciente con el objeto de conseguir una *“relación directa entre la realidad creada y el subconsciente emocional del espectador”*. Se intenta que el sujeto receptor no deduzca el mensaje que se va a transmitir<sup>12</sup>.

Jordi Pou considera que su mensaje tiene que ser “interpenetrable”, con sentimiento, o que en su caso la genere. Lo que realmente importa no es el uso de la técnica o el motivo, sino *“el sujeto, tanto yo mismo como fotógrafo, como el espectador, como posible experimentador de esta sensación”*<sup>13</sup>.

Desde el punto de vista ontológico, no hay que olvidarse que el fotoperiodista es ante todo un individuo social, con conciencia humana de realización que experimenta la relación entre sujetos y objetos con el criterio de experimentarse como proyecto de realidades, porque *“el mundo es y nosotros*

---

<sup>11</sup> *Ibíd.*, pág. 68.

<sup>12</sup> Jordi Pou es docente y fotógrafo freelance de prensa. Colabora habitualmente con el Periódico de Catalunya y es miembro de la Unión de Profesionales de la Imagen y la Fotografía de Cataluña (UPIFC). Véase: <http://www.enfocarte.com/1.9/fotografia.html> (Recuperado el 03 de marzo de 2008).

<sup>13</sup> *Ibíd.*

---

*mismos somos como proyectamos el mundo y como nos proyectamos a nosotros desde un enfoque específico” gracias al saber y a la práctica fotográfica<sup>14</sup>.*

Desde el punto de vista tecnológico, otro factor a destacar es la presencia de la aparición de aparatos y programas de última generación y por consiguiente del editor gráfico<sup>15</sup> que ha establecido relaciones funcionales limítrofes entre el fotoperiodista y el ciudadano<sup>16</sup>, por el tratamiento de las imágenes que muchas veces no tiende a ser la misma, como el fotomontaje.

#### 4. EL VALOR EN EL CONTEXTO LOCAL Y CULTURAL: LA FERIA DE SEVILLA

La fotografía periodística puede ser visualizada desde diferentes contextos, no obstante, nos circunscribiremos a realidades locales y de ámbito cultural. Abordaremos el caso concreto de la Feria de Sevilla<sup>17</sup> porque es percibido por sus técnicas de representación y significación y delimitado dentro de un lugar concreto.

La fotografía en prensa de la Feria se presenta dentro de espacios culturales como expresiones y manifestaciones colectivas andaluzas no estáticas, de cogniciones y valores que orientan los comportamientos a través de códigos visuales, así como las relaciones entre las personas y de éstas, con su entorno.

---

<sup>14</sup> FLUSSER, Vilém: *Una filosofía de la fotografía*. Síntesis, Madrid, 2001, pág. 168.

<sup>15</sup> Bajo las instrucciones, del fotógrafo o del editor de arte se encuentran los llamados maquineros, operadores de programas o en su caso photoshoperos. BAEZA, Pepe: op. cit., pág. 110.

<sup>16</sup> En estos tiempos el ciudadano es un agente activo que participa y opina, de ahí que el *ELPAIS.com* puso en marcha el verano pasado, 2007 una nueva sección denominada “*fotos de los lectores*”. En ella, los internautas pueden publicar, compartir y ser premiados por el envío de sus fotos.

<sup>17</sup> Es necesario hacer un paréntesis para referirnos a los orígenes de la Feria de Abril y citar a Narciso Bonaplata y José María de Ybarra pidiendo se autorice el 25 de agosto de 1846 celebrar los días 19, 20 y 21 de abril una Feria anual. Permiso que les fue concedido a pesar de diversas disputas que tuvieron con el alcalde Conde de Montelirio frente a la existencia ya de ferias próximas como, la ganadera de Mairena del Alcor y la del caballo de Jerez de la Frontera. Más tarde en marzo de 1847, la reina Isabel II concedió a Sevilla el privilegio de Feria.

Las técnicas de representación y significación de la Feria de Sevilla se anclan en el sujeto como ser social con inclinaciones a formar hábitos que se instauran en la conducta (acción-reacción) y en la vía de su conocimiento. De ahí que es un agente maleable porque está abierto a la conciencia.

A través del hábito se crean las creencias como aquellas que guían nuestras formas de accionar<sup>18</sup>, no obstante, el estado propio de nuestra creencia dependen de dos probabilidades, el primero será inferido y el segundo dependerá del extenso conocimiento de esa probabilidad. Su intensidad ha de sumarse cuando las eventualidades se multiplican<sup>19</sup>. Dicho esto, un hábito cerebral establece la conexión de unión del pasado con el futuro<sup>20</sup>.

Al hablar de contextos nos centraremos dentro de espacios locales cercanos al ciudadano y de identificación<sup>21</sup> debido a los sinequismos propios de un valor cultural dentro de la heterogeneidad, en este caso “La Feria de Sevilla”.

Se trata de lugares que se establecen como herramienta favorecedora de nuestros comportamientos sociales o individuales y por ende, nos posibilita ser nosotros mismos, es decir, “*ser como somos*”<sup>22</sup>. Se encuentran anclados dentro de sistemas locales donde se da esa relación identitaria de proximidad entre los individuos.

Para determinar el valor de la visualización fotográfica en prensa es necesario abordar la imagen de la Feria de Sevilla como género que nos

---

<sup>18</sup> BARRENA, Sara: “Los hábitos y el crecimiento: una perspectiva peirceana” en Razón y palabra, n° 21 febrero-abril, 2001. Accesible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n21/index.html> (Recuperado el 14 de febrero de 2007).

<sup>19</sup> PEIRCE, Charles S.: *Deducción; inducción e hipótesis*. Aguilar Argentina, Buenos Aires, 1970, págs. 45 y 46.

<sup>20</sup> Se llega a través de la abducción.

<sup>21</sup> Sobre el paradigma identitario de proximidad, véase “*El paradigma del rol identitario-próximo al ciudadano en el nuevo formato: Tengo una pregunta para usted*” de Televisión Española. Comunicación presentada en el Congreso Internacional sobre Comunicación, Identidad y Género. Organizado por la Universidad Juan Carlos III. Madrid, 2007.

<sup>22</sup> GARCÍA DEL LUJO, Ángel: “Educación y ciudadanía. Reconstrucción del problema en términos de relación” en FERNÁNDEZ MAIA, C. (org.): *Educação e cidadania*. Sindicato Nacional dos Professores Licenciados, Braga, 2002, pág. 17: <http://www.ateiamerica.com/doc/educyciuda14.pdf> (Recuperado el 17 de julio de 2007).

permitirá interpretar el comportamiento del periodista a partir de sí mismo como individuo social, así como de los demás sujetos sociales que acuden al recinto.

Nos ceñiremos a la fotografía interpretativa<sup>23</sup> de la Feria de Sevilla, no sólo como imagen de información, sino como aquella que expresa y refleja un propósito de significación y representación a través del comportamiento de los sujetos, es decir, sus acciones como el gran encuentro gastronómico, la noche del pescaíto o el coche de caballo; sus gestos después del “alumbrado” de la portada<sup>24</sup> y del Real por miles de farolillos, o de los pequeños visitantes a la Calle del Infierno y su interacción con otros sujetos dentro de espacios concretos, las casetas donde se da el cante y baile típico<sup>25</sup> de la Feria.

En las fotos interpretativas<sup>26</sup> el sujeto está ubicado dentro de lugares que le dan sentido e interés a la acción especialmente cuando se constituye en un componente de “significación”. Este tipo de mensaje activa las capacidades culturales del fotógrafo en Prensa<sup>27</sup> en el sentido que le permite captar a través de la cámara situaciones que encierran un valor cultural por sí mismo debido a su sensibilidad.

Las singularidades comunicativas de la fotografía de la Feria de Sevilla pueden llegarse a concebir desde distintas vertientes, más aún, cuando nos encontramos en contextos híbridos de estilos y clasificaciones. Creemos que es

---

<sup>23</sup> Hay que mencionar autores como: Feininger, Clark, Castillo, Abreu entre otros que han abordado la interpretación en fotografía.

<sup>24</sup> La primera portada fue la “gran “Pasarela” que se levantó durante 24 años (1896-1920) en el anterior emplazamiento del Real en el Prado de San Sebastián, tuvo tanta influencia que aún hoy se le conoce (al Prado de San Sebastián)”. Véase en: [http://sevillahouse.com/feria\\_de\\_abril.html](http://sevillahouse.com/feria_de_abril.html) (Recuperado el 10 de marzo de 2008).

<sup>25</sup> El origen se encontraría en “los años previos a la época de los Reyes Católicos, en unas composiciones que eran conocidas como “seguidillas castellanas”, con el tiempo evolucionaron, añadiéndose el baile en el siglo XVIII hasta llegar a los cantes y bailes con que son nombradas actualmente”. Véase en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sevillanas> (Recuperado el 10 de marzo de 2008).

<sup>26</sup> Además de los códigos visuales es necesario los códigos verbales que le permiten enriquecer su significación de acuerdo al texto (que puede ser informativo, de opinión o interpretativo) que le acompañe en el título o leyenda.

<sup>27</sup> ABREU SOJO, Carlos: *Los géneros periodísticos fotográficos*. CIMS, Barcelona, 1998, págs. 141 y 142.

preciso distinguir la fotografía costumbrista representada por la fidelidad, la multiplicidad y por sus propiedades<sup>28</sup>.

Nos referimos a la fidelidad como aquella que presenta la representación de un comportamiento en cuanto a su grado de realismo. Ha de inferirse por su valor cultural que permite volcar en sí misma la intención expresiva, así como con categoría extravisual. Se enmarca dentro de las acciones ya citadas como la noche del pescaíto o el coche de caballo, entre otros.

La multiplicidad de la fotografía se considera teniendo en cuenta el número de elementos, el grado de relación que se establece y la adecuada comprensión<sup>29</sup> por parte del lector de los elementos que posea la imagen. Podemos citar el momento del "alumbrao" de la portada y de los miles de farolillos del Real, las diferentes casetas y la Calle del Infierno.

Por sus propiedades se puede entender que dentro del contexto actual e híbrido se distingue la pluralidad de estilos diferenciados como medio de "*concreción o relativismo semántico del signo icónico*"<sup>30</sup>. De ellos, el que se ajusta a nuestra parcela de estudio es la connotación<sup>31</sup> polisémica porque refleja el impacto comunicativo en el receptor a través del mensaje subliminal. Podemos citar toda interacción dentro del Real, entre ellas, las casetas donde se da el cante y baile.

Dicho esto, el valor de la visualización fotográfica en relación a la Feria de Sevilla se encuentra establecido por códigos significativos y simbólicos anclados en estilos diferentes de representación dentro de contextos locales y culturales donde el fotógrafo de prensa así como el ciudadano cumplen un rol trascendental como agentes operatorios de la interpretación de la realidad dentro de espacios de democratización digital que concibe la axiología como pilar de toda acción y reacción.

---

<sup>28</sup> Hemos extraído esta clasificación de Manuel Alonso a nuestro campo específico de estudio en relación a la "Feria de Sevilla". Véase en ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: op. cit. págs. 60-65.

<sup>29</sup> Es el que determina "*la complejidad de la significación y del sentido*". Ibidem, págs. 63, 64.

<sup>30</sup> Podemos diferenciar la "*denotación monosémica, denotación polisémica, connotación monosémica (más teórica que comprobable en la realidad) y connotación polisémica (normalmente actuante)*". Ib., pág. 65.

<sup>31</sup> Nos referimos a los aspectos emotivos que se encuentran ceñidos por estímulos de acción y reacción.

---

En una primera instancia nombramos al fotoperiodista o fotógrafo de Prensa (como ser social, visto desde el punto de vista ontológico) como profesional que capta las imágenes que serán publicadas tras la observación y el valor que le otorga a una acción en sí misma y en segundo lugar al ciudadano como protagonista del reflejo de una acción icónica de representación-referente que le otorga valor de proximidad e identificación a la fotografía por ser el protagonista, por ser él, el acto reflejo de una imagen feriante en un medio impreso.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

### 5.1. *Publicaciones unitarias.*

#### 5.1.1. Impresas.

##### 5.1.1.1. Libros.

ABREU SOJO, Carlos: *Los géneros periodísticos fotográficos*. CIMS, Barcelona, 1998.

ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Síntesis, Madrid, 1995.

BAEZA, Pepe: *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Gustavo Gili S.A. Barcelona, 2003.

ECHEVERRÍA, Javier: *Ciencia y valores*. Destino, Barcelona, 2002.

FLUSSER, Vilém: *Una filosofía de la fotografía*. Síntesis, Madrid, 2001.

PEIRCE, Charles S.: *Deducción; inducción e hipótesis*. Aguilar Argentina, Buenos Aires, 1970.

SOUSA, Jorge Pedro: *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Comunicación Social, Sevilla, 2003.

#### 5.1.2. Cibernéticas.

##### 5.1.2.1. Portales.

---

[<http://www.enfocarte.com/1.9/fotografia.html>] (Recuperado el 03 de marzo de 2008).

[<http://es.wikipedia.org/wiki/Sevillanas>] (Recuperado el 10 de marzo de 2008).

[[http://sevillahouse.com/feria\\_de\\_abril.html](http://sevillahouse.com/feria_de_abril.html)] (Recuperado el 10 de marzo de 2008).

## 5.2. *Publicaciones periódicas.*

### 5.2.2. Cibernéticas.

BARRENA, Sara: “Los hábitos y el crecimiento: una perspectiva peirceana” en *Razón y palabra*, n° 21 febrero-abril, 2001. Accesible en [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n21/index.html>] (Recuperado el 14 de febrero de 2007).

GARCÍA DEL LUJO, Ángel: “Educación y ciudadanía. Reconstrucción del problema en términos de relación” en FERNÁNDEZ MAIA, C. (org.): *Educação e cidadania*. Sindicato Nacional dos Profesores Licenciados, Braga, 2002. [<http://www.ateiamerica.com/doc/educyciuda14.pdf>] (Recuperado el 17 de julio de 2007).

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

