

***LA INFLUENCIA DE LA FOTOGRAFÍA COMO RECURSO DE CONCIENCIA
SOCIAL***

Mariana Ayala Gómez

**Trabajo de Grado para optar al título de Comunicadora Social
Con énfasis en Publicidad y Creación y Producción Audiovisual**

Director:

José Miguel Pereira G.



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación
y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social

Bogotá, noviembre 15 de 2023

Artículo 23

Resolución No 13 de 1946 "La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por qué las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia."

Bogotá, 15 de noviembre 2023

Doctor

Juan Ramos Martín

Decano

Facultad de Comunicación y Lenguaje

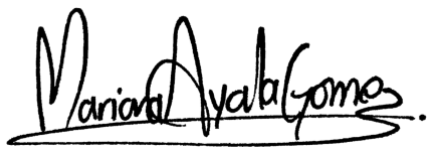
Pontificia Universidad Javeriana

Apreciado Decano:

Me permito presentar mi trabajo de grado *La influencia de la fotografía como recurso de conciencia social* con el fin de optar al grado de comunicadora social con énfasis en publicidad y creación y producción audiovisual.

Este trabajo pretende reconocer y destacar la eficacia de la fotografía como un poderoso recurso en la generación de conciencia y transformación social, especialmente en relación con problemáticas que afectan a toda la sociedad.

Cordial saludo,

A handwritten signature in black ink that reads "Mariana Ayala Gómez". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

Mariana Ayala Gómez

Bogotá, 15 de noviembre 2023

Doctor

Juan Ramos Martín

Decano

Facultad de Comunicación y Lenguaje

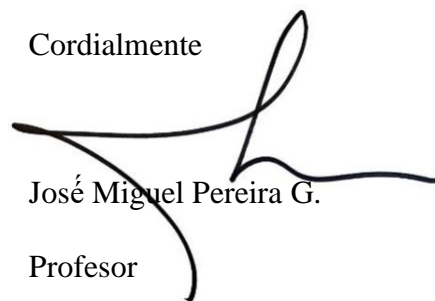
Pontificia Universidad Javeriana

Apreciado Decano:

Me permito presentar el trabajo de grado *La influencia de la fotografía como recurso de conciencia social*, realizado por la estudiante Mariana Ayala Gómez de la Carrera de Comunicación Social.

Considero que el trabajo realizado por Mariana cumple con todos los requisitos exigidos por la Carrera tanto en los aspectos conceptuales como metodológicos. Por ello lo pongo a disposición de la Facultad para su evaluación.

Cordialmente

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'J' followed by a horizontal line and a small flourish.

José Miguel Pereira G.

Profesor

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, mi hermana y mi hermano, quienes han sido un respaldo constante y mi fuente inagotable de inspiración en cada aspecto de mi vida, tanto en mi desarrollo profesional, como personal. También, extendo mi gratitud a Camilo Penagos Ramírez, quien siempre brindó su colaboración con energía positiva y disposición para seguir adelante. Agradezco a la Universidad Javeriana por orientarme a lo largo de estos cinco años, guiándome hacia la formación de una profesional integral y me proporcionó valiosas herramientas no solo durante este periodo, sino también para mi futuro. Mi reconocimiento especial a José Miguel Pereira, mi asesor de tesis, por su paciencia, apoyo constante desde el primer momento y disposición inquebrantable.

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS.....	5
RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN	8
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	8
OBJETIVOS.....	9
ESTRUCTURA DEL INFORME.....	10
1. ESTADO DEL ARTE.....	13
1.1 La fotografía.....	13
1.2 El uso de la fotografía	15
1.2 El uso de la imagen	18
1.3 Experiencias sociales fotográficas	21
2. MARCO CONCEPTUAL Y DISEÑO METODOLÓGICO.....	24
2.1 MARCO CONCEPTUAL	25
2.1.1 Conceptos centrales del estudio	25
2.1.2 Comunicación y transformación social	26
2.1.3 Comunicación para concientización y cambio social	28
2.1.4 El uso de las imágenes en proyectos de concientización social	30
2.1.5 La fotografía para la concientización social.....	31
2.2 DISEÑO METODOLÓGICO.....	35
2.2.1 Consulta a expertos en el tema.....	35
2.2.2 Selección de las fotografías y diseño de revista digital	37
2.2.3 Diseño de las encuestas.....	46
2.2.4 Selección de encuestados	47
3. RESULTADOS	49
3.1 ENTREVISTAS	49
3.1.4 Conclusión entrevistas.....	53
3.2 ENCUESTAS	54
3.2.1 Encuesta pre-exposición.....	55
3.2.2 Encuesta post-exposición	57
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
4.1 CONCLUSIONES.....	64
4.2 RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS.....	70

Resumen

El trabajo de grado tuvo como objetivo explorar el papel transformador de la fotografía en la conciencia social colombiana, abordando su evolución técnica y su impacto en campañas que abordan problemáticas específicas. La investigación se contextualiza en el marco de las dinámicas sociales contemporáneas, resaltando la importancia crucial de la comunicación visual en la sociedad actual. En el marco teórico, se examina la Teoría de la Agenda-Setting, destacando cómo los medios visuales, como la fotografía, pueden influir en la atención y percepción pública. Además, se explora la Teoría de la Espiral del Silencio, que subraya la relevancia de la comunicación visual en la formación de opiniones y la conformidad social. La metodología se basó en encuestas y entrevistas, revelando percepciones sobre el impacto de la fotografía en la conciencia social y señalando la necesidad de mayor concienciación sobre el maltrato animal. Los resultados presentan hallazgos sobre la falta de conocimiento sobre el maltrato animal y la necesidad de programas educativos. También se destaca la baja visibilidad de programas existentes, indicando la importancia de la colaboración multidisciplinaria para implementar medidas efectivas. La investigación recomienda realizar un enfoque sensible en la comunicación visual, estrategias educativas robustas y colaboración multidisciplinaria. Se establecen pautas éticas para evitar la explotación gráfica en campañas de conciencia social. El estudio concluye que la fotografía puede ser una herramienta poderosa para el cambio social, pero su uso debe ser ético y consciente de las complejidades inherentes a la representación visual. Se enfatiza la necesidad de mayor investigación y concienciación para maximizar el impacto positivo de la fotografía en la sociedad colombiana.

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe es una investigación acerca del poder de la fotografía en la concientización de las personas. En las siguientes páginas, se explorará el impacto de la imagen visual en la comunicación de mensajes impactantes y significativos que buscan generar conciencia y promover cambios sociales positivos.

A lo largo de este proyecto, se observó detalladamente cómo el uso estratégico de la fotografía puede desempeñar un papel clave en el cambio de conciencia social. Nos sumergimos en el fascinante mundo de la comunicación visual y su capacidad para transmitir mensajes de manera efectiva, evocar emociones y movilizar a la sociedad hacia la acción.

Durante esta exploración, estudiamos cómo se seleccionan y componen las fotografías, el papel de la estética visual en la construcción de mensajes persuasivos y cómo se integran con otros elementos comunicativos para transmitir un mensaje claro y convincente. Además, abordaremos los desafíos éticos y las responsabilidades asociadas con el uso de la fotografía en la conciencia social.

Problema de investigación

En Colombia la generación de conciencia social siempre ha sido un tema muy importante, un tema del cual se ha hablado durante muchos años, algo relevante en todo este tema es la importancia que tienen los medios de comunicación. Aquí entra el tema de la fotografía social o el uso de la imagen para dar a conocer estas problemáticas sociales. En los últimos años hemos visto cómo la imagen (fotografía y video) se ha ido convirtiendo en algo relevante cuando se habla de campañas o movimientos sociales que han surgido en el país.

Tenemos el gran ejemplo del periodista Jesús Abad Colorado, que ha sido importante en el país por su fotorreportaje sobre las consecuencias que la guerra ha dejado en nuestro país, las imágenes que Abad se ha encargado de repartir y dar a conocer en el territorio colombiano han llegado a los corazones de muchos, son imágenes tan fuertes que se describen como el poder sentir la guerra con solo verla, el dolor que estas representan han llegado a cambiar la forma en que las personas perciben la guerra, tanto dentro como fuera del país.

Otro gran ejemplo de cómo la imagen afecta en las campañas sociales son todos aquellos vídeos y fotografías que se difundieron en el marco del paro nacional que se vivió en los años 2019 y 2020, donde las imágenes eran la mayor fuente de información del mismo, el alcance que tuvieron estas fue de talla mundial, sumando así a miles de personas a la protesta, sirviendo así para aplicar conciencia social en el país y que las personas estuvieran a favor del mismo pueblo, convirtiendo a la fotografía en uno de los mayores medios para generar cambio social y conciencia en la comunidad, por estas razones este estudio se preguntó ¿Qué aporte hace la fotografía en la creación de mayor conciencia en problemáticas sociales?

Objetivos

El objetivo principal que tuvo esta investigación fue indagar como la fotografía posibilita más conciencia sobre problemáticas sociales, mientras que los objetivos específicos de la investigación fueron los siguientes, evaluar la efectividad de las imágenes en la busca de más conciencia social, en termino de actitudes y comportamientos del público; investigar cómo las características específicas de las imágenes, como el tiempo de imagen, color, composición y perspectiva, afectan la respuesta del público a la creación de conciencia social; explorar como el contexto social y cultural influye en la percepción de las imágenes de conciencia social.

Estructura del informe

En este informe, se presentan los resultados del estudio divididos en varios capítulos. En el primer capítulo, dedicado al estado del arte, se destaca que la fotografía en Colombia ha sido una herramienta efectiva para generar conciencia social y promover cambios en la percepción ciudadana frente a diversas problemáticas. A lo largo de los años, se han llevado a cabo campañas sobre temas como violencia de género, medio ambiente, consumo de drogas, discriminación y la larga historia de guerra en el país. La utilización de la fotografía en estas campañas ha potenciado su alcance e impacto, ya que representa un medio poderoso para comunicar mensajes visual y emocionalmente impactantes. Las imágenes, al ser más efectivas que las palabras solas, generan empatía, captan la atención, fomentan la reflexión y establecen una conexión emocional con la audiencia, motivando a esta a tomar medidas.

El capítulo 2, marco conceptual y diseño metodológico donde se explora la relación entre comunicación, cambio social y el uso de la fotografía para la conciencia social. La fotografía tiene un impacto poderoso en la transmisión de mensajes y la movilización emocional en la sociedad. Se inicia examinando teorías de la comunicación, como los modelos de Lasswell, Shannon y Weaver, así como la comunicación estratégica, para entender cómo los mensajes afectan la percepción y actitudes.

En cuanto al diseño metodológico, comienza con entrevistas a 2 expertos en temas de fotografía y cambio social, se continua con la adquisición de conocimientos técnicos sobre fotografía, incluyendo aspectos como balance de blancos, ISO y velocidad de obturación. Estos conocimientos se aplican en la selección de fotografías, que luego se utilizan en una exposición. En esta etapa, se investigan aspectos clave para una exposición fotográfica exitosa en línea. Se procedió a diseñar la exposición, se diseñan de igual manera 2 encuestas, una será diligenciada

antes de ver las fotografías y la segunda será diligenciada después de las fotografías, se continúa diseñando una revista digital donde se mostrarán las fotografías seleccionadas, que será mostrada entre las 2 encuestas.

En el capítulo 3 de esta investigación, se detallan los hallazgos obtenidos mediante la recopilación de datos, centrándose exclusivamente en los resultados de las entrevistas a los 2 expertos y también de las encuestas realizadas. Este capítulo constituye un análisis cuantitativo de las respuestas proporcionadas por los participantes, ofreciendo una visión objetiva de las percepciones y opiniones recopiladas sobre el maltrato animal y la conciencia social en relación con este tema.

En el capítulo 4 se presentan las conclusiones y las recomendaciones, conclusiones abordarán los principales hallazgos y patrones emergentes identificados a lo largo de la investigación. Se destacarán las tendencias más significativas y las áreas de interés clave que surgieron a partir de las respuestas recopiladas. Además, este capítulo proporcionará una reflexión crítica sobre la coherencia y relevancia de los datos recabados en relación con los objetivos de la investigación. Asimismo, las recomendaciones ofrecerán orientación práctica y estratégica basada en las conclusiones obtenidas. Se buscó proponer acciones específicas que puedan contribuir al fortalecimiento de las campañas de concientización sobre problemáticas sociales y mejorar la eficacia de los mensajes visuales en este contexto. Este capítulo representa una fase crucial para cerrar el ciclo de investigación y proporcionar aportes valiosos para futuras iniciativas y estudios en el ámbito de la conciencia social y el impacto de la fotografía.

Este proyecto de investigación se enfoca en el poder de la fotografía para generar conciencia social en Colombia. A lo largo de sus páginas, se explora cómo la comunicación visual a través de imágenes impactantes puede desencadenar cambios sociales positivos. El estudio se sumerge

en la influencia única de la fotografía en la transmisión de mensajes efectivos, la evocación de emociones y la movilización de la sociedad hacia la acción. Se analizan elementos como la composición, la estética visual y el contexto cultural que influyen en la percepción de las imágenes.

1. ESTADO DEL ARTE

La fotografía como herramienta para la conciencia social en Colombia ha sido una herramienta utilizada para promover cambios en la sociedad y en la percepción de los ciudadanos frente a diferentes problemáticas sociales. A lo largo de los años, se han llevado a cabo campañas sobre temas como la violencia de género, el medio ambiente, el consumo de drogas, la discriminación y la guerra que ha vivido el país durante tantos años. El uso de la fotografía en estas campañas ha hecho que estas tengan mayor alcance o impacto debido a que es una forma efectiva de crear conciencia social, son medios poderosos para comunicar un mensaje de manera visual y emocionalmente impactante. Las imágenes pueden ser más efectivas que las palabras solas para crear empatía, atención y promover la reflexión, las imágenes también ayudan a crear una conexión emocional con la campaña. Una imagen conmovedora puede capturar la atención del espectador y hacer que se sienta más involucrado y motivado para tomar medidas.

1.1 La fotografía

La fotografía, ha revolucionado la manera en que percibimos y capturamos el mundo que nos rodea, se erige como una ventana a la realidad y la imaginación humana. Desde su invención, ha trascendido su estatus inicial como una simple reproducción visual para convertirse en un poderoso medio de expresión, documentación y comunicación. A través del juego de luces y sombras, la selección de encuadres y la instantaneidad de su captura, la fotografía ha tejido una trama ineludible en la historia de la cultura y la comunicación visual. En este apartado se hablará de autores que han tenido importantes aportes en la fotografía comenzando con su invención que fue un proceso que involucró a varios científicos e inventores

a lo largo del tiempo, pero uno de los nombres más prominentes asociados con la invención de la técnica fotográfica es Joseph Nicéphore Niépce.

Joseph Nicéphore Niépce, un inventor francés nacido en 1765, es ampliamente reconocido como uno de los pioneros en el desarrollo de la fotografía. En la década de 1820, Niépce experimentó con diversas sustancias fotosensibles y técnicas de impresión con el objetivo de fijar imágenes de la realidad en una superficie. Su trabajo culminó en 1826, cuando logró capturar la primera fotografía permanente conocida, llamada "Vista desde la ventana en Le Gras". Esta imagen fue obtenida en una placa de peltre recubierta con betún de Judea, un material fotosensible.

La "Vista desde la ventana en Le Gras" fue una imagen rudimentaria, pero marcó el inicio de la era fotográfica. Sin embargo, el proceso utilizado por Niépce era lento y requería largos tiempos de exposición, lo que limitaba la captura de sujetos en movimiento y la obtención de imágenes nítidas.

Posteriormente, Niépce se asoció con Louis Daguerre, y juntos continuaron investigando y refinando las técnicas fotográficas. Tras la muerte de Niépce en 1833, Daguerre continuó trabajando en la mejora de la fotografía. En 1839, Louis Daguerre presentó el daguerrotipo, un proceso fotográfico más rápido y accesible que ganó popularidad y contribuyó significativamente al avance de la fotografía.

Aunque Niépce no es el único involucrado en la invención de la fotografía, su trabajo y colaboración con Daguerre fueron cruciales para sentar las bases de esta revolucionaria técnica que ha transformado la manera en que percibimos y documentamos el mundo.

Continuando con esta línea de análisis, es fundamental resaltar la relevancia del trabajo de Walter Benjamin, un destacado pensador y crítico cultural del siglo XX. Su enfoque como materialista histórico lo llevó a examinar la sociedad desde una perspectiva crítica, buscando

comprender los cambios y las fuerzas que moldean la realidad. Benjamin, en su obra "La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica," exploró el impacto de los medios tecnológicos, incluida la fotografía, en la transformación de la experiencia estética y la percepción cultural.

"La reproducción técnica puede poner al original en situaciones muy distintas de aquellas que exige la obra única. Ante todo, permite al original encontrarse en el lugar en que se encuentra el público. El público puede encontrarse en cualquier lugar" (Benjamin, 1936). Esta afirmación subraya la idea de que la fotografía, como una forma de reproducción técnica, tiene el poder de cambiar la relación entre la obra de arte y el espectador, facilitando su acceso y participación en contextos diversos. La reflexión metafotográfica de Benjamin proporciona un marco teórico valioso para entender la influencia de la fotografía en la sociedad y sus implicaciones en la transformación de patrones culturales y debates intelectuales.

1.2 El uso de la fotografía

La fotografía ha tenido un gran impacto en la humanidad desde su invención en el siglo XIX, esta ha sido una herramienta bastante amplia a la que le hemos sacado mucho provecho, el poder transportar lo que alguien ve a cientos lugares en el mundo y dejarlo plasmado durante un periodo largo de tiempo. "La fotografía puede usarse para documentar realidades y experiencias humanas y promover la empatía y la comprensión en torno a problemas sociales complejos" (Rothstein, 2018, p. 152).

Desde hace siglos hasta hoy, una herramienta así no ha dejado de ser relevante en la comunicación de las personas, más ahora que estamos en un mundo donde constantemente la información está viajando de un lado del planeta al otro.

Se empezó viendo a la fotografía como medio de documentación histórica donde ha sido un medio importante para documentar la historia y la cultura de la humanidad. Según Rancière (2010), "la fotografía ha permitido la creación de una memoria colectiva y ha contribuido a la construcción de la identidad cultural de muchas sociedades" (p. 38), por ejemplo, la fotografía se utilizó ampliamente durante la Primera Guerra Mundial para documentar la vida de los soldados y los horrores de la guerra. Del mismo modo, la fotografía se ha utilizado para documentar eventos políticos importantes, como las marchas por los derechos civiles en Estados Unidos en la década de 1960.

La fotografía también ha sido un medio importante de comunicación, especialmente en el periodismo, la fotografía puede utilizarse para diferentes propósitos, como informar, persuadir, entretener o educar. "La fotografía puede ser una herramienta poderosa para crear conciencia sobre cuestiones sociales y políticas, y puede ayudar a inspirar cambios y movilizar a la opinión pública" (Meiselas, 2019, p. 13). Por ejemplo, los fotoperiodistas utilizan la fotografía para informar sobre eventos importantes, como conflictos armados, crisis humanitarias, catástrofes naturales, entre otros. Las imágenes pueden ser muy poderosas para transmitir la emoción y la gravedad de la situación a un público más amplio. Según Rodríguez (2014), "la fotografía ha sido utilizada como medio de información visual en la prensa desde sus inicios y ha sido una herramienta importante para mostrar la realidad de los eventos al público" (p. 21).

"La fotografía se ha convertido en un medio de expresión artística por derecho propio, y ha permitido la creación de imágenes con un alto grado de subjetividad" (p. 24). La fotografía es un medio de expresión artística que permite a los artistas explorar una amplia gama de temas y conceptos. La capacidad de la fotografía para capturar momentos precisos de la realidad ofrece a los artistas la oportunidad de crear obras de arte que sean realistas, documentales, abstractas o

simbólicas. Con la evolución de la tecnología digital, la fotografía ha evolucionado para incluir nuevas técnicas y medios, lo que permite a los artistas experimentar y explorar nuevas posibilidades creativas.

Con el advenimiento de la era digital, la fotografía ha experimentado una revolución en términos de accesibilidad y capacidad de edición. Según Snyder y Allen (2017), "la fotografía digital ha permitido a una audiencia más amplia el acceso a la creación y el consumo de imágenes, y ha hecho posible la manipulación de imágenes de una manera que antes no era posible" (p. 131).

La situación social y cultural en Colombia es compleja y diversa, ya que el país enfrenta desafíos en diferentes áreas, como la violencia, la desigualdad económica, la discriminación y la exclusión social. A pesar de los esfuerzos del gobierno y de la sociedad civil, la violencia y el conflicto armado interno han afectado significativamente al país durante décadas, causando dolor, sufrimiento y desplazamiento forzado de miles de personas, se entiende como "La fotografía puede ser utilizada para generar diálogo y reflexión crítica sobre cuestiones sociales y culturales, y puede ayudar a desafiar estereotipos y prejuicios" (Sontag, 1977, p. 11), ayudando a que el país y sus habitantes se enfrenten de una manera más activa y protagonista contra todos estos problemas que llevan años en la vida de los Colombianos.

Por eso es importante tener en cuenta que "El uso de imágenes fotográficas en campañas de conciencia social puede ser particularmente efectivo para involucrar a las personas emocionalmente y generar empatía hacia los demás" (Petersen & Lupton, 2016, p. 93), no solo quedarse con generar empatía sino llegar al punto de generar un cambio en el actuar de las personas alrededor del país, "La fotografía puede ser utilizada para transmitir una visión

específica del mundo y de la sociedad, y puede ser utilizada para inspirar a las personas a tomar medidas y hacer cambios positivos en el mundo" (Salgado, 2013, p. 12).

En conclusión, el uso de la fotografía puede ser una herramienta efectiva para mejorar la sociedad colombiana. La fotografía puede ser utilizada para documentar la realidad social del país, para sensibilizar a la población sobre temas importantes y para promover cambios positivos en la sociedad. Además, la fotografía puede ser una forma de expresión artística y cultural, que resalta la diversidad y riqueza del país. A través del uso de la fotografía en las campañas de conciencia social, se pueden abordar diferentes problemas en Colombia, como la violencia, la discriminación, la exclusión social y la desigualdad económica. Además, la fotografía puede generar un impacto emocional y visual en la población, que puede ser poderosa para sensibilizar y promover cambios positivos en la sociedad, ya introduciendo antes el tema de campañas de conciencia social, se empezará a analizar sobre el uso de estas, considerando lo expuesto en los anteriores puntos y su enfoque hacia Colombia.

1.2 El uso de la imagen

El uso de imágenes y fotografías para la conciencia social es una técnica comúnmente empleada en diversas áreas de la comunicación y la publicidad, ya que permite captar la atención de las personas de manera efectiva y generar un impacto emocional en ellas. En este estado del arte se presentarán algunas de las investigaciones más relevantes sobre el tema.

Un estudio realizado por Boichichio y Mangiapane (2019), analizó el impacto de las imágenes en la percepción de las campañas de conciencia social. Los resultados mostraron que las imágenes más efectivas son aquellas que generan una respuesta emocional intensa en el espectador, como la empatía, la compasión, la indignación o la esperanza. Se encontró que usar imágenes positivas o esperanzadoras puede ser más efectiva que usar imágenes violentas o

negativas. Por otro lado, también se encontró un estudio de Grier y Bryant (2005) donde se analizó el impacto de las imágenes utilizadas en campañas de conciencia social sobre la conducta del consumidor. Los autores encontraron que las imágenes negativas, que muestran los efectos perjudiciales de no adoptar un comportamiento saludable, son más efectivas para motivar a las personas a cambiar su conducta, que las imágenes positivas.

En cuanto a la relación entre la imagen y la percepción del mensaje, una investigación realizada por Langerak et al (2019) encontró que la presencia de una imagen en una campaña de conciencia social puede influir en la percepción que las personas tienen del mensaje. Los autores encontraron que la imagen puede ser una herramienta efectiva para atraer la atención de las personas y generar un impacto emocional.

En una investigación llevada a cabo por Ferrer y Melero (2016), se analizaron las imágenes utilizadas en las campañas de conciencia social en España y se encontró que las imágenes más efectivas son aquellas que presentan situaciones cotidianas y reales, que involucran a personas o colectivos que pueden ser identificados por el público. Asimismo, se encontró que la imagen debe estar acompañada de un mensaje claro y conciso, que invite a la reflexión y la acción.

Yendo por la misma línea de lo anterior mencionado se puede afirmar que "Las imágenes visuales son poderosas porque pueden comunicar rápidamente una gran cantidad de información emocional y cognitiva, y pueden afectar la forma en que las personas piensan y sienten sobre un tema en particular" (Petersen & Lupton, 2016, p. 93), con cada investigación que se va tratando y analizando resulta más evidente como las imágenes visuales son un potencial muy grande para el cambio social o movimientos importantes con algún tema en específico, por lo mismo tenemos que tener en cuenta que "Las imágenes pueden hacer que las personas se sientan más conectadas emocionalmente con un tema, lo que puede aumentar su disposición a involucrarse y

actuar en consecuencia" (Petersen & Lupton, 2016, p. 93), aunque el fin de las imágenes no es siempre llegar a conectar con las personas, es importante entender que pueden llegar a tener este poder si se direccionan de la manera correcta ya que se afirma que Las imágenes pueden ser utilizadas para desafiar las percepciones y actitudes existentes, fomentar el cambio social y aumentar la conciencia sobre los problemas globales" (Napier, 2016, p. 201), por lo dicho anteriormente se entiende que no es son solamente utilizadas para campañas dentro de pequeños grupos sociales, al contrario se espera que estas puedan llegar a ser utilizadas en problemas globales.

En cuanto a la ética en el uso de imágenes y fotografías en las campañas de conciencia social, es importante considerar que la utilización de imágenes explícitas o violentas puede resultar ofensiva o generar rechazo en algunas personas, por lo que se debe tener cuidado en la selección y presentación de las mismas. Asimismo, es importante respetar la privacidad y dignidad de las personas que aparecen en las imágenes, y obtener su consentimiento antes de utilizarlas en una campaña publicitaria.

Finalmente, una revisión de literatura realizada por Coulson et al (2015) analizó el impacto de las imágenes en campañas de conciencia social sobre la conducta del espectador. Los autores encontraron que la efectividad de las imágenes depende de factores como la intensidad emocional de la imagen, la credibilidad del mensaje y la relevancia del mensaje para el espectador.

En conclusión, el uso de imágenes y fotografías para el cambio de la conciencia social es una técnica efectiva para atraer la atención de las personas y generar un impacto emocional en ellas. Sin embargo, la efectividad de esta técnica depende de factores como la intensidad emocional de la imagen, la credibilidad del mensaje y la relevancia del mensaje para el espectador. Es

importante que las imágenes utilizadas en las campañas estén correctamente integradas en el mensaje y que sean cuidadosamente seleccionadas según el tipo de público al que se dirige la campaña.

1.3 Experiencias sociales fotográficas

A lo largo de los años, Colombia ha sido testigo de varias experiencias sociales fotográficas exitosas que han influido positivamente en la sociedad y han contribuido al cambio social, se hablarán un poco de ellas a continuación, ya que estos ejemplos representan diversas formas en las que la fotografía ha influido en el cambio social en Colombia.

En primer lugar, se habla del proyecto “Desplazados” realizado por el reconocido Jesús Abad Colorado en el año 2008, este proyecto fotográfico documentó la tragedia de los desplazados internos en Colombia debido al conflicto armado, sus fotografías muestran a menudo escenas de desplazados en campamentos improvisados, niños afectados por la violencia y las condiciones precarias en las que estas personas se ven obligadas a vivir.

Las impactantes imágenes de Abad han ayudado a visibilizar la difícil situación de estas comunidades y han generado conciencia sobre la necesidad de abordar este problema social, ha tenido un profundo impacto en Colombia y en todo el mundo al arrojar luz sobre la tragedia del desplazamiento interno. Las imágenes emotivas de Abad Colorado han despertado la conciencia pública sobre la magnitud del problema y han generado empatía hacia las víctimas, también contribuyendo significativamente a la concienciación sobre los derechos humanos, la justicia social y la necesidad de abordar las causas subyacentes del conflicto en Colombia. Además, ha contribuido a la narrativa más amplia de la historia del país y al proceso de reconciliación.

Se continúa con el fotoperiodista Stephen Ferry quien realizó un trabajo documental en Colombia, centrado en las mujeres afectadas por el conflicto armado. Su libro "Violentology" presenta una poderosa colección de fotografías que cuentan las historias de estas mujeres y arrojan luz sobre la violencia en Colombia. A través de su trabajo, Ferry crea una narrativa visual que destaca las experiencias, las luchas y la resiliencia de estas mujeres en un contexto de conflicto y violencia. Sus fotografías exploran tanto la vida cotidiana como las secuelas del conflicto en sus vidas, ha tenido un impacto significativo al poner de relieve las historias de estas mujeres y darles una voz en medio del conflicto. Sus imágenes han contribuido a aumentar la conciencia sobre la complejidad del conflicto armado y su impacto desproporcionado en las comunidades rurales y las mujeres.

Concluyendo, este análisis aborda la importancia y la influencia de la fotografía en la sociedad, destacando su evolución desde su invención por Joseph Nicéphore Niépce hasta la actualidad. La fotografía se ha convertido en una herramienta poderosa para la comunicación, la documentación y la expresión artística.

Además, se enfatiza la relevancia de la fotografía en la conciencia social, subrayando cómo las imágenes pueden generar empatía, movilizar a la sociedad y promover cambios positivos. Se mencionan investigaciones que exploran la efectividad de las imágenes en campañas de conciencia social, destacando la importancia de generar una respuesta emocional intensa en el espectador.

Por último, se presentan ejemplos de experiencias sociales fotográficas exitosas en Colombia, como el trabajo de Jesús Abad Colorado y Stephen Ferry, que han contribuido a visibilizar y concienciar sobre las realidades y los desafíos que enfrenta el país, especialmente en el contexto del conflicto armado y la violencia. Estos proyectos han desempeñado un papel crucial en la

narrativa y la concienciación pública sobre estas problemáticas, destacando el poder de la fotografía para contar historias y generar un cambio social significativo.

2. MARCO CONCEPTUAL Y DISEÑO METODOLÓGICO

En esta sección, se presenta el marco conceptual y el diseño metodológico de la investigación, centrados en el estudio de la comunicación, el cambio y la transformación social, con un enfoque específico en el uso de la fotografía como herramienta para la conciencia social. Se destaca el poder impactante y efectivo de la imagen visual en la transmisión de mensajes, movilización de emociones y generación de conciencia en la sociedad. El marco teórico comienza explorando los fundamentos de la comunicación como un proceso clave en la interacción humana, analizando teorías como las de Lasswell, Shannon y Weaver, así como la comunicación estratégica. Posteriormente, se aborda el concepto de cambio y transformación social, examinando teorías como el cambio planificado, el cambio social emergente y el enfoque de sistemas complejos, proporcionando así una base sólida para comprender cómo se pueden impulsar cambios significativos en la sociedad y movilizar a las personas hacia objetivos comunes.

En primer lugar, en el diseño metodológico, se llevaron a cabo entrevistas con dos expertos en el tema de la fotografía y su impacto en la conciencia social. Posteriormente, se seleccionó el problema del maltrato animal como foco central para hacer unas encuestas a un grupo de 50 personas, delineando claramente los objetivos del estudio. Luego de establecida la problemática, se seleccionaron una serie de fotografías que evidenciaban de manera impactante la dimensión del maltrato animal. Estas imágenes se integraron en una revista digital que sirvió como medio de exposición durante el estudio, para evaluar la influencia de estas imágenes se diseñó una encuesta que se administró al grupo de 50 personas, antes de que dieran inicio a la visualización de la revista, tras la exposición a la revista, los participantes fueron nuevamente sometidos a una segunda encuesta.

2.1 Marco conceptual

El marco conceptual se construye sobre diversas teorías y conceptos relacionados con la comunicación visual, la fotografía, la conciencia social y la transformación social. Estas teorías sirven como lentes analíticas para examinar cómo la fotografía puede influir en la percepción y conciencia social, así como en la generación de cambios positivos en la sociedad. Entre las teorías fundamentales se encuentran el Modelo de Cambio Social Planificado, la Teoría de la Agenda-Setting y la Teoría de la Espiral del Silencio, que aportarán perspectivas valiosas para explorar cómo la comunicación visual, específicamente a través de la fotografía, puede contribuir al cambio social.

2.1.1 Conceptos centrales del estudio

La investigación se centra en varios conceptos clave que convergen para comprender la relevancia de la fotografía como recurso de conciencia social. En primer lugar, se aborda la fotografía en sí misma como un medio fundamental para generar conciencia, destacando su capacidad para comunicar mensajes impactantes y su influencia en actitudes y comportamientos del público. El análisis se amplía al concepto de conciencia social, explorando cómo la fotografía contribuye a la sensibilización de la sociedad ante diversas problemáticas, fomentando la reflexión y la acción.

Otro aspecto fundamental es la atención a las características específicas de las imágenes, tales como el tiempo de imagen, el uso del color, la composición y la perspectiva. Se indaga en cómo estos elementos influyen en la respuesta del público a las imágenes de conciencia social y en su capacidad para transmitir efectivamente un mensaje. Además, se considera el contexto social y

cultural como un factor determinante en la percepción de estas imágenes, analizando cómo el entorno cultural y social impacta la interpretación que el público tiene de las fotografías.

Por último, la investigación examina la percepción y actitudes del público como resultados medibles, evaluando la eficacia de las imágenes en términos de su influencia en las actitudes y comportamientos de la audiencia. En conjunto, estos conceptos guían el análisis de cómo la fotografía puede operar como una herramienta de conciencia social y cómo factores específicos afectan la manera en que el público interactúa con este medio visual.

2.1.2 Comunicación y transformación social

Existen diversas teorías que buscan comprender la relación entre la comunicación y el cambio social. La teoría del cambio social planificado, propuesta por Kurt Lewin, destaca la importancia de la planificación e implementación de intervenciones específicas dirigidas a grupos clave. En esta teoría, la comunicación se emplea como una herramienta estratégica para informar y persuadir sobre nuevos comportamientos, influyendo así en la generación de cambio social. Por otro lado, la teoría de la acción comunicativa postula que la comunicación desempeña un papel fundamental en la construcción social, logrando el cambio mediante diálogos y negociaciones entre actores sociales (Lewin, 1940).

El cambio de comportamiento en relación con la comunicación, particularmente a través de la fotografía, es un tema explorado por varios autores. Uno de ellos es Bandura quien propuso en 1977 la Teoría del Aprendizaje Social, destacando la influencia de modelos mediáticos en la formación de comportamientos. En el ámbito de la publicidad y la comunicación persuasiva, Petty y Cacioppo han contribuido con la Teoría de la Elaboración de la Probabilidad (EPT) que se centra en el cambio persuasivo, explorando cómo las actitudes y comportamientos pueden transformarse a través de la persuasión mediática. Esta teoría aborda la influencia de los

mensajes persuasivos en la forma en que las personas perciben información y toman decisiones. El examen de la EPT se dirige a comprender los procesos psicológicos que subyacen a la persuasión y cómo estas influencias impactan en la formación de actitudes y comportamientos en el contexto de los mensajes mediáticos. Las implicaciones de esta teoría son significativas para el diseño de mensajes persuasivos. La efectividad de la persuasión depende de varios factores, y la EPT destaca la importancia de la motivación y la capacidad del público objetivo. En situaciones donde la audiencia muestra una alta motivación y capacidad para procesar la información, la ruta central de elaboración se vuelve más efectiva. En tales casos, es crucial proporcionar argumentos sólidos y convincentes que puedan resistir un escrutinio más profundo. Estos principios respaldan la idea de que el diseño persuasivo debe adaptarse a las características específicas de la audiencia para lograr el máximo impacto en la formación de actitudes y comportamientos deseados.

La Teoría del Espiral del Silencio fue propuesta por la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann en 1974. Esta teoría se centra en cómo las personas manejan la presión social para conformarse con las opiniones predominantes y evitar el aislamiento social. La espiral del silencio explora cómo las percepciones de la opinión pública influyen en el comportamiento comunicativo de los individuos, la teoría sugiere que las personas están constantemente evaluando la opinión predominante en su entorno social. Aquellas opiniones que son percibidas como mayoritarias y socialmente aceptadas tienden a ser expresadas abiertamente, mientras que las opiniones en minoría pueden llevar a la reticencia y al silencio, la teoría también aborda la relación entre los medios de comunicación y la formación de la opinión pública. Los medios, al destacar ciertas opiniones y minimizar otras, pueden influir en la percepción de la opinión predominante y, por lo tanto, afectar la disposición de las personas a expresar sus opiniones.

La Teoría de la Agenda-Setting es una teoría de comunicación que se centra en la capacidad de los medios de comunicación para influir en la importancia atribuida a temas específicos en la agenda pública. Desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw en la década de 1970, esta teoría sostiene que los medios no solo influyen en la forma en que se piensa acerca de un tema, sino también en la determinación de qué temas son considerados significativos para el público en general, explican también cómo los medios seleccionan y destacan ciertos eventos, temas o aspectos, lo que afecta la forma en que el público percibe la realidad. Este proceso de filtrado determina qué información llega al público y, por lo tanto, influye en la construcción de la realidad social.

2.1.3 Comunicación para concientización y cambio social

La teoría de la concientización (Freire, 1970), se centra en la importancia de la educación como medio para lograr la conciencia crítica y la transformación social. Freire aboga por un enfoque participativo y dialógico en la educación, donde los individuos adquieran conciencia de las estructuras opresivas y se empoderen para cambiar su realidad, la educación basada en la concientización debe abordar los problemas sociales y contextos históricos específicos de los estudiantes. Freire sostiene que la conciencia crítica sólo puede desarrollarse al comprender y cuestionar las realidades sociales y políticas.

La Teoría del Cambio Social Planificado, propuesta por Everett Rogers, se centra en cómo se adoptan e implementan las innovaciones en la sociedad. Rogers identifica diferentes etapas en el proceso de cambio social, desde la concientización hasta la adopción y la consolidación. Esta teoría destaca la importancia de la comunicación efectiva para facilitar la difusión de nuevas ideas y prácticas en la sociedad. El proceso comienza con la identificación y comprensión clara de un problema social específico que se busca abordar. Esto implica un análisis exhaustivo de

las causas y consecuencias del problema, la participación activa de la comunidad o grupo afectado por el problema es esencial. La teoría aboga por la inclusión de las personas directamente afectadas en el proceso de cambio, reconociendo sus perspectivas y experiencias como fundamentales para el éxito.

La Teoría de la Comunicación para el Desarrollo (Quebral, 1971) se centra en el papel de la comunicación en el proceso de desarrollo social. Quebral destaca cómo la comunicación puede ser utilizada como una herramienta estratégica para abordar problemas sociales, promover la participación comunitaria y facilitar el cambio social en contextos de desarrollo, La comunicación para el desarrollo busca catalizar el cambio social positivo. Quebral argumenta que la comunicación efectiva puede desempeñar un papel crucial en cambiar actitudes, comportamientos y estructuras sociales que obstaculizan el desarrollo, Quebral ve el desarrollo como un proceso de liberación de las personas de las condiciones que limitan su capacidad de vivir vidas plenas y significativas. La comunicación se convierte en un medio para empoderar a las personas y comunidades.

Por último, se hablará de la Teoría de la Acción Comunicativa, propuesta por el filósofo y sociólogo alemán Jürgen Habermas, se centra en el papel de la comunicación en la construcción de la sociedad y la toma de decisiones. Habermas desarrolló esta teoría en varias obras, siendo "Teoría de la acción comunicativa" (1981) una de las más influyentes, Habermas distingue entre acción estratégica (orientada a alcanzar objetivos individuales) y acción comunicativa (orientada a la comprensión mutua y el consenso), La acción comunicativa busca alcanzar un consenso basado en argumentos racionales y entendimiento mutuo. Este consenso es esencial para una sociedad democrática y justa.

2.1.4 El uso de las imágenes en proyectos de concientización social

El uso de imágenes en proyectos de conciencia social es una herramienta importante para transmitir mensajes y generar cambios en la percepción y actitudes de las personas, la teoría de la comunicación visual se enfoca en la importancia de las imágenes en la comunicación y cómo afectan la percepción de la realidad social. La idea es que las imágenes no solo reflejan la realidad, sino que también pueden transformarla y construir. Las imágenes pueden transmitir mensajes de manera efectiva y generar cambios en las percepciones y actitudes de las personas. Así como la teoría de la propaganda la cual se centra en el uso de imágenes como una herramienta de persuasión y manipulación. La idea es que las imágenes pueden ser utilizadas para influir en la opinión y comportamiento de las personas, y pueden ser utilizadas para fines políticos y sociales. Esta teoría es importante porque sugiere que las imágenes pueden ser utilizadas de manera estratégica para promover agendas específicas.

La teoría de la representación (Halls, 1973) se enfoca en cómo las imágenes representan el mundo y a las personas que lo habitan. La idea es que las imágenes pueden representar a grupos marginados y generar empatía en el público, o pueden usarse para reforzar estereotipos y discriminación. Esta teoría es importante porque sugiere que las imágenes pueden ser utilizadas de manera consciente y responsable para representar a grupos subrepresentados y generar cambios en las percepciones de la sociedad, Hall destaca la polisemia de las imágenes, es decir, la capacidad de las imágenes para tener múltiples significados. Argumenta que las imágenes pueden ser interpretadas de diversas maneras según el contexto cultural y social.

Teoría de la psicología cognitiva (Mayer, 2001) habla sobre cómo las imágenes afectan la cognición y el pensamiento de las personas. La idea es que las imágenes pueden transmitir

mensajes de manera más efectiva que el texto o el discurso, ya que las imágenes las procesan de manera más rápida y efectiva por el cerebro. Esta teoría es importante porque sugiere que las imágenes pueden ser utilizadas de manera estratégica para generar cambios en la percepción y actitudes de las personas, Mayer ha desarrollado la teoría del aprendizaje multimedia, que explora cómo las personas procesan y aprenden información a través de presentaciones multimedia, incluyendo imágenes. Destaca la importancia de la integración efectiva de palabras e imágenes para mejorar la comprensión y retención del material.

Mayer introduce la teoría de la modalidad dual, que sostiene que la información se procesa de manera más efectiva cuando se presenta en formatos verbales y visuales simultáneamente. Esta teoría respalda la idea de que las imágenes pueden fortalecer la comprensión de los mensajes.

2.1.5 La fotografía para la concientización social

La fotografía actúa como un testigo visual de la realidad social, capturando momentos, narrando historias y documentando condiciones de vida, sirve como un medio eficaz para la documentación de problemas sociales, lo que contribuye a la construcción de una memoria colectiva y la identidad cultural de una sociedad (Rancière, 2010; Rodríguez, 2014).

A través de la representación visual de situaciones y experiencias, la fotografía crea un registro auténtico y conmovedor que puede generar empatía y comprensión (Rothstein, 2018), La fotografía tiene el poder de influir en las actitudes y el comportamiento del público al generar empatía y comprensión hacia problemas sociales complejos (Petersen & Lupton, 2016). Las imágenes impactantes y emotivas pueden conectarse emocionalmente con el espectador, motivándolo a tomar medidas y contribuir al cambio social (Salgado, 2013). Además, la

fotografía puede desafiar percepciones y estereotipos existentes, inspirando a las personas a replantear sus creencias y actitudes (Snyder & Allen, 2017).

Es esencial considerar la ética en el uso de imágenes y fotografías en campañas de concienciación social. La selección y presentación de imágenes debe equilibrar la efectividad con el respeto a la dignidad y privacidad de las personas retratadas (Coulson & col., 2015).

Además, es fundamental obtener el consentimiento adecuado antes de utilizar imágenes de individuos en campañas publicitarias (Ferrer & Melero, 2016).

La fotografía para la concienciación social es una herramienta poderosa que permite la documentación de realidades sociales, la promoción de la empatía y la influencia en la percepción pública de problemas sociales. A través de su capacidad para generar emoción y comprensión, la fotografía puede inspirar cambios positivos en la sociedad y contribuir al proceso de cambio social. El uso ético de la fotografía en este contexto es esencial para garantizar un impacto positivo y respetuoso.

La fotografía es un medio muy poderoso para la conciencia social. A través de la lente de una cámara, los fotógrafos pueden capturar imágenes que muestran la realidad de las situaciones sociales y políticas, y que pueden generar una respuesta emocional y un deseo de cambio en el espectador.

La teoría de la representación se enfoca en cómo las imágenes representan la realidad social. La fotografía puede ser utilizada para representar a personas marginadas y a situaciones de injusticia y desigualdad, lo que puede generar empatía y conciencia en el espectador. La idea es que las imágenes pueden ser utilizadas para representar a grupos subrepresentados y para generar cambios en las percepciones de la sociedad.

Se habla sobre la teoría de la autoría la cual se enfoca en la idea de que las imágenes fotográficas son creadas por un autor y que, por lo tanto, están influenciadas por su perspectiva y su intención. La fotografía puede usarse como expresión personal, y los fotógrafos pueden expresar su visión del mundo y generar cambios en la sociedad.

La teoría del poder se enfoca en el poder de las imágenes para influir en la opinión pública y en la política. La idea es que las imágenes pueden utilizarse como propaganda, pero también para generar cambios positivos en la sociedad. Los fotógrafos pueden utilizar sus imágenes para movilizar a la opinión pública y para generar cambios en las políticas públicas.

La teoría de las emociones habla sobre cómo las imágenes pueden generar una respuesta emocional en el espectador. La fotografía puede capturar momentos de dolor, sufrimiento y lucha, lo que puede generar una respuesta emocional en el espectador y concienciar a la situación social y política. La idea es que las imágenes pueden ser utilizadas para generar empatía y para movilizar a la opinión pública para tomar medidas.

En conclusión, este marco conceptual ha explorado la intersección de la comunicación, el cambio y la transformación social, centrándose en el uso estratégico de la imagen en las campañas de conciencia social. Hemos comprendido que la comunicación desempeña un papel crucial en la generación de cambios significativos en la sociedad, al transmitir mensajes, movilizar emociones y promover actitudes y comportamientos positivos.

A lo largo de esta investigación, se han examinado los fundamentos teóricos de la comunicación, incluyendo modelos y teorías que nos permiten comprender cómo se transmiten los mensajes y cómo influyen en las percepciones y actitudes de las personas. Además, hemos explorado el concepto de cambio y transformación social, analizando teorías que nos ayudan a

comprender cómo se generan cambios sociales significativos y cómo se moviliza a las personas hacia una causa común.

Sin embargo, el enfoque principal de este marco teórico ha sido el poder de la imagen en las campañas de conciencia social. Hemos reconocido que la imagen visual tiene un impacto profundo en la captación de atención, la evocación de emociones y la transmisión efectiva de mensajes. La selección estratégica de imágenes, junto con otros elementos comunicativos, puede generar conciencia, desafiar estereotipos y movilizar a la sociedad hacia la acción.

A través del análisis de casos de estudio de campañas exitosas, hemos observado cómo se ha utilizado la imagen de manera impactante, creativa y persuasiva para generar conciencia y promover cambios sociales positivos. Hemos examinado estrategias de diseño, narrativas visuales y la importancia de la construcción de la identidad y la percepción pública en estas campañas.

En definitiva, este marco conceptual nos ha entendido profundamente la importancia de la comunicación, el cambio y la transformación social, y el papel crítico de la imagen en las campañas de conciencia social. Al utilizar estratégicamente la imagen visual y aprovechar su poder persuasivo, podemos impulsar cambios significativos en la sociedad, promoviendo una mayor conciencia y acción en torno a problemas importantes. Como resultado, podemos trabajar hacia una sociedad más justa, equitativa y consciente.

2.2 Diseño metodológico

Esta sección de la investigación se dedica a exponer la metodología que se empleó para llevarla a cabo, en primer lugar, se comenzó seleccionando 2 expertos en el tema de la fotografía como recurso de cambio social para ser entrevistados sobre el tema, se diseñó la entrevista teniendo en cuenta los objetivos de la investigación anteriormente mencionados, luego de diseñadas las preguntas se programó un espacio para realizar las entrevistas.

Se llevó a cabo una cuidadosa búsqueda de una fotógrafa cuyas obras reflejaran de manera impactante y auténtica la realidad de la problemática escogida, el maltrato animal. Se buscó no solo la calidad técnica de las imágenes, sino también su capacidad para transmitir emociones y generar conciencia social. la selección de la fotógrafa se guio por la necesidad de contar con fotografías que no solo ilustran el maltrato sino que también generan reflexiones, luego de escogidas las fotografías, se siguió con el diseño de una revista digital con el fin de maximizar su impacto para luego diseñar las encuestas utilizando Google forms, se diseñó una encuesta que fue resuelta antes de la exposición de las fotografías y la siguiente encuesta se diseñó para ser resuelta después de la exposición a las fotografías, posterior a esto se buscaron 50 personas que participan en el estudio, donde el primer paso fue contestar la encuesta #1, el segundo paso ver las fotografías, para finalizar contestando la encuesta #2.

2.2.1 Consulta a expertos en el tema

Con el fin de enriquecer más la comprensión sobre el tema de las fotografías sobre problemáticas sociales se optó por realizar entrevistas a personas experimentadas tanto en el tema fotográfico como en exponer problemáticas sociales en estos, se encontraron 2 expertos

que ayudaron con las entrevistas y estas fueron las preguntas que se les realizó con respecto al tema seleccionado y se dividen en las siguientes temáticas.

La primera temática es introducción de las personas y motivación personal, esta primera temática se enfoca en 3 preguntas, se les preguntó a los entrevistados sobre ellos, cual es la profesión que practican y a que dedican sus días; la siguiente pregunta comienza a adentrarse en el tema de la fotografía y es sobre la inspiración de cada uno para adentrarse a ese mundo de la fotografía; la última pregunta de esta primera temática fue sobre el contenido y enfoque de las fotografías de cada uno e indagar cómo eligen los temas de sus fotografías.

La siguiente temática se trata sobre la fotografía y el impacto de esta en la sociedad, la primera pregunta habla acerca de que puede lograr la fotografía en términos de generar conciencia y cambio en la sociedad, desde la opinión de cada uno; la segunda pregunta de la temática es basada en su experiencia y cómo llegan a lograr que sus fotografías transmiten emociones y mensajes sobre las problemáticas sociales que cada uno documenta; la última pregunta de esta temática es en relación a su trabajo, habiendo tenido la oportunidad de publicar y exhibir sus trabajos en diversas plataformas, que tipo de reacciones y comentarios del público recuerdan haber recibido en alguna de estas interacciones en relación a las problemáticas sociales que abordan en sus fotografías.

La última temática y pregunta trata la temática del arte y la promoción del cambio social y es desde la opinión de cada uno sobre el papel del arte y la fotografía en la promoción del cambio social y si creen que estas formas de expresión pueden influir en la percepción y las actitudes de las personas hacia las problemáticas sociales.

Las preguntas fueron diseñadas pensando tanto en los expertos como en los objetivos de la investigación que se está realizando, luego de diseñadas las preguntas de las entrevistas, se

buscó un espacio en el cual poder realizarlas, teniendo en cuenta el tiempo y ubicación de cada uno de los entrevistados.

2.2.2 Selección de las fotografías y diseño de revista digital

En la búsqueda de un referente fotográfico online que plasmara de manera contundente la problemática del maltrato animal, se descubrió el destacado trabajo de la fotógrafa canadiense Jo-Anne McArthur. Su amplia experiencia en proyectos fotográficos centrados en la relación entre los seres humanos y los animales, como "Active," "Hidden," y "We Animals", la posiciona como una figura influyente en la documentación visual de la explotación animal y el activismo. En particular, "We Animals" es un proyecto de alcance global que aborda diversas formas de explotación animal en diferentes contextos, desde la industria alimentaria hasta la experimentación científica.

Al explorar el portafolio fotográfico de Jo-Anne McArthur, se identificaron imágenes que no solo capturaban la crueldad del maltrato animal, sino que también transmitían respeto hacia los animales como sujetos de sus propias vidas. La elección cuidadosa de estas fotografías fue esencial para mantener la integridad y ética de la investigación, asegurando que las imágenes fueron impactantes, pero, al mismo tiempo, respetuosas hacia los animales involucrados. Este proceso de selección rigurosa garantizó que las fotografías elegidas estuvieran en sintonía con la problemática de investigación, centrándose en el uso de la fotografía como un recurso efectivo para generar conciencia social sobre el maltrato animal.

La selección final de las fotografías no se basó únicamente en criterios técnicos y estéticos, sino que también se evaluó la capacidad de cada imagen para transmitir una narrativa clara y un mensaje impactante sobre la problemática del maltrato animal. Se buscó la autenticidad en cada

escena capturada, evitando cualquier apariencia artificial y forzada. Las imágenes seleccionadas debían despertar emociones intensas, como empatía, compasión y enojo, estableciendo así una conexión profunda con el espectador. Además, se aseguró que cada fotografía mostrara el entorno en el que se desarrollaba la problemática, lo que permitiría a los espectadores comprender mejor la situación en su totalidad y generar conciencia sobre el maltrato animal. Al integrar estas fotografías significativas en una revista digital, se buscó maximizar su potencial para sensibilizar a la audiencia y fomentar la reflexión sobre la relación entre los humanos y los animales, en línea con los objetivos de la investigación sobre la fotografía como herramienta para la conciencia social, a continuación, se podrán observar las fotografías seleccionadas para la realización de la revista digital.

Figura 1

Cachorro de león



Nota. La figura corresponde a la fotografía de un cachorro de león en cautiverio dentro de un zoológico en Cuba. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography (2008)

Figura 2

Oso del sol malayo



Nota. La figura corresponde a la fotografía de un oso del sol malayo (*Helarctos malayanus*) en cautiverio dentro de un zoológico en Tailandia. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography (2008)

Figura 3

Tigre



Nota. La figura corresponde a la fotografía de un tigre en cautiverio dentro de un zoológico en Francia. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - Born Free Foundation (2016)

Figura 4

Vaca luchando por alcanzar una hoja para alimentarse



Nota. La figura corresponde a la fotografía de una vaca privada de su libertad, luchando por alcanzar una hoja para saciar el hambre. Turquía. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - We Animals Media (2020)

Figura 5

Patos son enterrados vivos por brote de gripe aviar



Nota. La figura corresponde a la fotografía de unos patos que son llevados a un pozo para ser enterrados vivos, como estrategia para mitigar un brote de influenza aviar altamente patógena.

Corea del Sur. Fuente: Anónimo - We Animals Media (2020)

Figura 6*Recolección de huevos*

Nota. La figura corresponde a la fotografía de una recolección de huevos de gallinas ponedoras en una granja avícola intensiva en Taiwán. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - We Animals Media (2020)

Figura 7

Cerdo chillando mientras es aturdido



Nota. La figura corresponde a la fotografía de un cerdo gritando mientras es aturdido con un palo en un matadero asiático en Tailandia. A menudo, esto no logra dejar completamente inconscientes a los animales antes de que les corten el cuello. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - We Animals Media (2020)

Figura 8*Mono de Gibraltar*

Nota. La figura corresponde a la fotografía de un mono de Gibraltar (*Macaca sylvanus*) en cautiverio dentro de un zoológico en Alemania. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - Born Free Foundation (2016)

Figura 9*Pingüino de Humboldt*

Nota. La figura corresponde a la fotografía de un pingüino de Humboldt (*Spheniscus humboldti*) en cautiverio dentro de un zoológico en Bangkok, Tailandia. Fuente: Jo-Anne McArthur Photography - We Animals (2009)

Tras la selección cuidadosa de las fotografías destinadas a la concienciación sobre el maltrato animal, se procedió al diseño de la revista digital que albergaría estas impactantes imágenes.

Utilizando la plataforma Canva, se inició el proceso colocando las imágenes en un documento configurado con los tamaños propios de una revista. La disposición de las fotografías se planificó estratégicamente, organizándose de menor a mayor impacto visual para lograr un flujo narrativo efectivo. Para potenciar la expresividad de las imágenes y enfatizar su contenido, se optó por un fondo negro, ya que el negro simboliza la seriedad y la gravedad, brindando un marco visual que refuerza la contundencia del mensaje sobre el maltrato animal.

En la confección de la revista digital, se incorporó una página especial dedicada a la talentosa fotógrafa Jo-Anne McArthur, destacando su notable trabajo y aportes a través de proyectos fotográficos significativos. En este espacio, se proporcionó un enlace directo a sus proyectos más destacados, entre ellos "We Animals," permitiendo a los lectores explorar más a fondo la impactante labor visual de McArthur y su contribución clave a la conciencia social sobre el maltrato animal. Este gesto no solo enriqueció la experiencia del lector al contextualizar las imágenes seleccionadas, sino que también rindió homenaje a la labor de la fotógrafa y proporcionó una vía directa para aquellos interesados en profundizar en su valioso trabajo documental.

Por último, se llevó a cabo una investigación para encontrar una plataforma que permitiera transformar el archivo en un formato de revista digital. Fue así como se descubrió la plataforma en línea Publuu, la cual posibilitó la creación de la revista digital, ofreciendo la opción de pasar

las páginas de manera interactiva, proporcionando una experiencia de lectura fluida y accesible, dejando la revista digital de la siguiente manera:

<https://publuu.com/flip-book/288113/671525/page/1>

2.2.3 Diseño de las encuestas

Se eligió la plataforma Google Forms para la creación y distribución de las encuestas previas y posteriores a la exposición de las fotografías debido a su versatilidad y facilidad de uso. Esta decisión permitió diseñar cuestionarios de manera eficiente, adaptando preguntas de manera clara y precisa. La accesibilidad y la capacidad de recopilar respuestas de forma organizada y en tiempo real fueron factores determinantes en la elección de Google Forms como la herramienta ideal para la elaboración de encuestas. La implementación de esta plataforma simplificó la recopilación y análisis de datos, contribuyendo así a la efectividad del proceso de investigación sobre la conciencia social en relación con el maltrato animal.

Se llevó a cabo una encuesta preliminar con el objetivo de explorar las percepciones y sentimientos de los participantes en relación con el tema del maltrato animal, sin la influencia directa de imágenes visuales. Esta encuesta constó de cuatro preguntas clave. ¿Cómo se siente usted respecto al tema del maltrato animal?; ¿Cuál es la primera asociación que realiza al escuchar la expresión "maltrato animal"?; ¿Está al tanto de programas destinados a prevenir el maltrato animal? En caso afirmativo, ¿podría mencionar cuál o cuáles? Estas preguntas permitieron obtener una visión inicial de las actitudes y conocimientos previos de los participantes, estableciendo así una línea base que facilitó la evaluación del impacto de la exposición posterior a las fotografías relacionadas con la problemática del maltrato animal. Tras la exposición a las fotografías previamente seleccionadas sobre maltrato animal, se implementó una encuesta post exposición para evaluar las respuestas y percepciones de los

participantes. La encuesta, compuesta por cinco preguntas, buscaba indagar en las emociones y niveles de conciencia generados por las imágenes. Estas preguntas incluyeron aspectos como la descripción de los sentimientos experimentados después de visualizar las fotografías, la percepción de la conciencia adquirida sobre el tema, la valoración del impacto de la publicación de estas imágenes en la generación de conciencia social, la influencia percibida en la toma de medidas personales y sociales frente al problema, y finalmente, las posibles acciones que se podrían emprender para prevenir el maltrato animal. Esta encuesta postexposición ofreció una perspectiva detallada sobre la transformación de las actitudes y conciencia de los participantes después de la experiencia visual, permitiendo así una evaluación integral del impacto de las fotografías en la conciencia social sobre la problemática del maltrato animal.

2.2.4 Selección de encuestados

A continuación, se comenzó el proceso de hacer realidad la recolección de la información con todos los pasos antes mencionados completos, para la ejecución de las encuestas, se optó por seleccionar un grupo de 50 individuos, mayoritariamente jóvenes con edades comprendidas entre los 20 y 27 años. Este grupo se caracterizó por su interés significativo en el tema del maltrato animal y su disposición para colaborar en la resolución de encuestas destinadas a una tesis de grado. La elección de este segmento poblacional se fundamentó en la intención de capturar perspectivas contemporáneas y concienciar a una generación que frecuentemente desempeña un papel activo en la difusión de información en redes sociales.

La distribución de las encuestas se llevó a cabo de manera efectiva a través de la plataforma Instagram, mediante el envío de un mensaje a las 50 personas seleccionadas. El mensaje

contenido en el post resaltaba la importancia de la colaboración en una investigación centrada en el maltrato animal para una tesis de grado. En el mensaje se incluyó un enlace directo a la primera encuesta a través de Google Forms, seguido por un enlace a la revista digital alojada en la plataforma Publuu. El proceso concluía con una segunda encuesta, diseñada para evaluar el impacto de las imágenes visualizadas en la conciencia social. Este enfoque integral permitió obtener datos valiosos y experiencias significativas para el análisis de la investigación.

Se tuvo en cuenta que todos los participantes comprendieron los objetivos de la investigación, siguieron todos los pasos al pie de la letra y dieron su consentimiento voluntario para la participación, también se garantizó que todo fuera realizado de manera respetuosa, evitando causar daño emocional innecesario a los participantes.

En conclusión, se utilizó esta metodología para encontrar los siguientes resultados que se expondrán en el capítulo a continuación.

3. RESULTADOS

Después de haber realizado el trabajo de campo pertinente, se presentan a continuación los resultados obtenidos a través de dos vertientes cruciales: las encuestas dirigidas a expertos en el campo de la fotografía y la conciencia social, así como las encuestas administradas antes y después de la exposición a las fotografías sobre maltrato animal.

3.1 Entrevistas

Se realizaron 2 entrevistas a expertos en el tema de la fotografía, La primera entrevista fue realizada a Germán Ortigón, profesor de la Facultad de Comunicación y Lenguaje en la Javeriana, quien tiene una sólida experiencia en la industria audiovisual y se dedica principalmente a lo documental, informativo y cinematográfico. Además, reveló que su pasión por la fotografía inició a la temprana edad de 13 años.

Al preguntarle sobre lo que lo inspiró a adentrarse en el mundo de la fotografía, Germán compartió que la inspiración surgió de manera accidental. Siempre sintió el deseo de conservar recuerdos, pero se dio cuenta de que era imposible atesorarlo todo. A los 13 años, su madre llevó una cámara Olympus a casa, y Germán vio en ella la oportunidad de conservar lo que más le importaba, dando inicio así a su aprecio y amor por la fotografía.

En relación al contenido y enfoque de sus fotografías, Germán explicó que su enfoque se centra en los objetos como reflejo de nosotros mismos, considera que la fotografía es un espejo que ilumina y atormenta su espíritu. Desde su juventud, comenzó a fotografiar objetos porque, para él, representan partes de nuestras vidas.

Esta conexión con los objetos evolucionó a lo largo de los años, llevándolo a hablar sobre la violencia en Colombia a través de los objetos, cambiando así su perspectiva y evitando la revictimización, con proyectos extensos, como uno de seis años en el Parque Nacional de los Nevados y otro llamado "Hombres de Maíz" en Centroamérica, Germán Ortega demuestra cómo los objetos se convierten en sujetos hablantes, y su fotografía se convierte en una forma de comunicación única.

En cuanto a la capacidad de la fotografía para generar conciencia y cambio en la sociedad, Germán Ortega subraya la importancia de cambiar el punto de vista. Señala que la violencia en Colombia se ha convertido en un paisaje, al igual que el conflicto israelí-palestino, que lamentablemente se ha vuelto un paisaje cotidiano. La fotografía, desde su perspectiva, ha logrado despertar sensibilidad al ofrecer un enfoque diferente. Evitar mostrar la violencia explícita, como sangre o mutilaciones, y en cambio, centrarse en objetos que representan a las personas, permite que la fotografía hable directamente con el espectador. Para él, la obra ya no es solo suya, sino que se convierte en parte del espectador, generando una conexión más profunda y personal.

En relación con la transmisión de emociones y mensajes poderosos en sus fotografías, Germán destaca nuevamente la importancia de los objetos, utiliza ejemplos simples, como collares y aretes, para explicar cómo estos objetos tienen significados personales, pero también sociales. La inclusión de objetos en sus obras se convierte en una estrategia efectiva para sensibilizar a la sociedad. Logra transmitir la riqueza emocional y narrativa de sus fotografías a través de la resignificación de objetos cotidianos.

Con respecto a las reacciones del público ante su trabajo, Germán comparte diversas experiencias. En Colombia, recuerda con tristeza el impacto de una serie llamada "Lo que

fuimos" en tres generaciones de mujeres, donde un objeto desencadenó la emotiva narración de una historia de violencia. En diferentes lugares del mundo, las reacciones varían, desde la evocación de recuerdos personales hasta interpretaciones artísticas, demostrando cómo sus fotografías pueden resonar de manera única y poderosa en cada espectador. Las diversas interpretaciones y emociones expresadas por el público son una prueba tangible del impacto social y emocional de su obra.

En la visión de Germán Ortégón, el arte, ya sea en forma de fotografía u otras expresiones, tiene la responsabilidad de comunicar un mensaje significativo. Argumenta que el arte debe decir algo, y si no lo hace, carece de propósito. Evoca las palabras de un amigo actor español que afirmaba que el buen teatro no gusta, duele. En este sentido, Germán sostiene que el arte debe provocar una respuesta, ser capaz de conmover y transmitir algo claro a la audiencia. Considera que esta responsabilidad es fundamental para los artistas, ya que el arte tiene el poder de aportar significativamente.

En cuanto al papel del arte y la fotografía en la promoción del cambio social, Germán expresa su convicción de que estas formas de expresión desempeñan un papel crucial. Asegura que el arte es lo único que mantiene vivos a todos los seres humanos y destaca su capacidad para rescatar gestos de humanidad en medio de tiempos confusos. Aunque no habla con esperanza, sí lo hace con el sueño de seguir caminando y buscando. Germán enfatiza que el arte, al plantear interrogantes y ofrecer diferentes perspectivas, contribuye a la construcción de un entendimiento más profundo y humano en la sociedad. Además, reconoce la importancia de jóvenes como tú, que ven en la fotografía un camino, sugiriendo que estas nuevas generaciones pueden ser agentes clave para el cambio social a través del arte.

La segunda entrevista fue realizada a Eduardo Reyes Cruz, maestro en artes plásticas de la Universidad Nacional de Colombia. Eduardo nos comparte que es un artista plástico y fotógrafo, cuyos días se dedican a impartir talleres de artes plásticas y a sumergirse en la creación artística. Trabaja tanto en el campo, específicamente en el pueblo de Tobia en Cundinamarca, como en la zona urbana. Cuando no está comprometido con talleres, se entrega a la pintura, el dibujo y, siempre que puede, a la fotografía, explorando tanto el campo como la vida cotidiana en la calle. Eduardo se inspira desde su infancia, fascinado por los álbumes familiares que exploraba en casa de familiares y amigos. Esta fascinación lo llevó a registrar la vida de la gente en su pueblo, capturando diferentes trabajos, manifestaciones culturales y ritos tanto sagrados como no sagrados. Su objetivo es conservar la memoria de su comunidad para las generaciones futuras y contribuir a la construcción de una sociedad mejor.

El contenido de las fotografías de Eduardo se centra en historias de vida, trabajadores en diversos contextos, amas de casa, personas con discapacidad, niños y ritos sociales. Su enfoque abarca series y trabajos documentales, utilizando tanto la fotografía a color con tecnología digital como la fotografía en blanco y negro, según la historia que desea contar.

Eduardo considera que la fotografía puede actuar como un detonante y transformador de conciencia, destacando los males que afectan a la humanidad. Cree que una sola imagen tiene el poder de cambiar opiniones, abogar por los necesitados, denunciar injusticias laborales y rechazar la guerra. Su enfoque para lograr imágenes poderosas se basa en que las personas olviden su presencia, permitiendo que actúen de manera natural. Prefiere capturar emociones, especialmente de tristeza, para conmover a los espectadores y utilizar el blanco y negro para realzar la realidad.

Con la oportunidad de publicar en diversas plataformas y participar en salones de arte, Eduardo ha experimentado buenas reacciones y opiniones positivas del público. Su interés en la publicación de fotografías se centra en llegar a un amplio espectro de personas, y ha vendido fotografías que ahora están expuestas en varios hoteles.

En su opinión, el arte y la fotografía desempeñan un papel crucial en la promoción del cambio social, ya que considera que estas formas de expresión pueden influir en la percepción y actitudes de las personas hacia las problemáticas sociales. Eduardo concluye su entrevista destacando la importancia de que el arte diga algo y la responsabilidad de los artistas de transmitir un mensaje a la sociedad, contribuyendo así a la construcción de un mundo mejor en estos tiempos tan confusos.

3.1.4 Conclusión entrevistas

En conclusión, las entrevistas realizadas a expertos en fotografía, como German Ortegón y Eduardo Reyes Cruz, proporcionan una perspectiva enriquecedora sobre el impacto de la fotografía como recurso de conciencia social. Ambos profesionales comparten experiencias valiosas que respaldan la premisa central de la investigación. Se destaca la idea de que la fotografía actúa como un poderoso medio para generar conciencia y transformar la percepción de la sociedad hacia diversas problemáticas.

Las narrativas de los entrevistados revelan que la fotografía va más allá de ser una mera representación visual; es un catalizador que puede despertar sensibilidad, provocar emociones y fomentar la reflexión. Ambos expertos coinciden en que la fotografía no solo documenta la realidad, sino que también busca transmitir un mensaje claro y concreto. La capacidad de estas imágenes para influir en las actitudes y comportamientos del público es un tema central,

respaldando así el objetivo de evaluar la efectividad de las imágenes en la creación de conciencia social.

Asimismo, la importancia de las características específicas de las imágenes, como el tiempo de imagen, color, composición y perspectiva, emerge como un factor crucial en la forma en que el público responde a la conciencia social. Ambos entrevistados destacan la necesidad de capturar momentos auténticos y transmitir emociones genuinas para lograr un impacto más profundo.

Además, la influencia del contexto social y cultural en la percepción de las imágenes de conciencia social se destaca como un aspecto clave. La labor de estos fotógrafos se desarrolla en entornos específicos, y su capacidad para conectar con la audiencia depende en gran medida de comprender y abordar las complejidades de esos contextos.

En resumen, las entrevistas sugieren que la fotografía no solo es un medio artístico, sino también una herramienta valiosa para impulsar el cambio social al generar conciencia y promover una comprensión más profunda de las realidades sociales. Estos hallazgos respaldan los objetivos de la investigación y proporcionan una base sólida para comprender cómo la fotografía contribuye a la construcción de una conciencia social más amplia y comprometida.

3.2 Encuestas

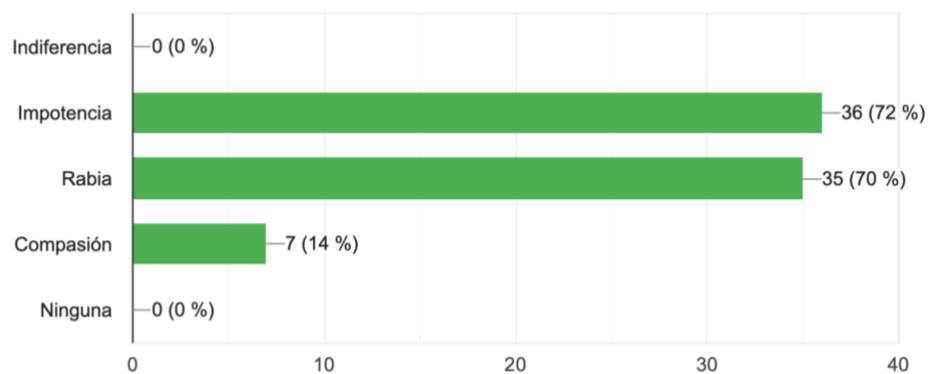
Primero se agruparon los resultados en las dos encuestas realizadas, la que es previa a la exposición fotográfica y la encuesta que es posterior a esta, A continuación, se presentarán los resultados detallados, proporcionando una comprensión más profunda de cómo la fotografía puede desempeñar un papel significativo en la promoción del cambio social y la conciencia colectiva.

3.2.1 Encuesta pre-exposición

A continuación, los resultados de la consulta previa a la exposición de las fotografías, que representan el punto de partida fundamental para analizar la percepción inicial de los participantes antes de su inmersión en las imágenes seleccionadas. Este primer acercamiento permite capturar las opiniones, actitudes y conocimientos previos de la audiencia en relación con las problemáticas sociales abordadas por las fotografías.

Figura 10

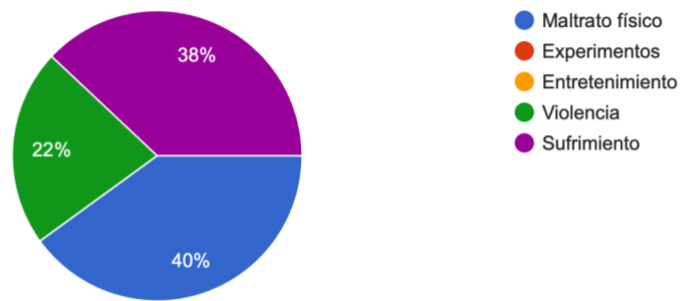
Encuesta previa, pregunta #1: ¿Qué siente respecto al tema del maltrato animal?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: ¿Qué siente respecto al tema del maltrato animal? Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 11

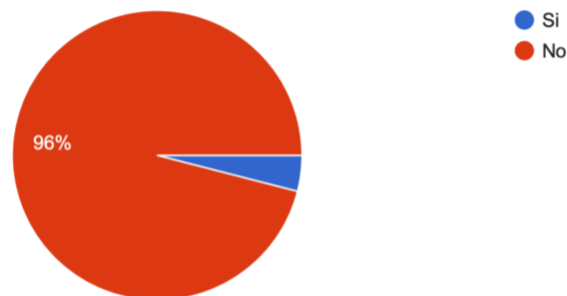
Encuesta previa, pregunta #2: ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha la palabra “maltrato animal”?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha la palabra “maltrato animal”? Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 12

Encuesta previa, pregunta #3: ¿Conoce programas que prevengan el maltrato animal?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: ¿Conoce programas que prevengan el maltrato animal? Fuente: Elaboración propia (2023)

Encuesta previa, pregunta #4: Si conoce programas, ¿cuál o cuáles?

- #ZinZoo
- Animal libre

3.2.1.1 Conclusión encuesta #1

La encuesta preexposición a las fotografías refleja una respuesta emocional contundente ante el tema del maltrato animal, con una mayoría expresando impotencia y rabia. Las asociaciones predominantes con la expresión "maltrato animal" se centran en el maltrato físico y el sufrimiento, subrayando la percepción del maltrato como una forma directa de violencia. A pesar de esta sensibilización, la mayoría de los participantes desconoce programas de prevención específicos, destacando la necesidad de aumentar la conciencia sobre iniciativas concretas. Sin embargo, aquellos pocos familiarizados con programas como "Zinzoo" y "Animal Libre" señalan el potencial de individuos informados para actuar como agentes de cambio y difusores de información en sus comunidades, que podría llegar a ser mayor de lo que expone la encuesta.

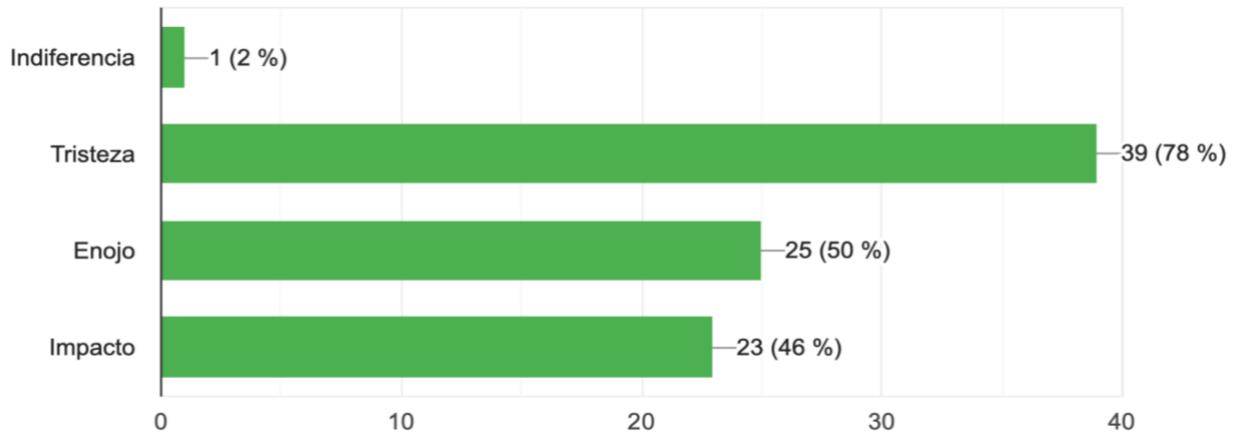
Se resalta la importancia de abordar el maltrato animal desde un enfoque educativo y de divulgación para cerrar la brecha en la conciencia general y fomentar actitudes y acciones proactivas en la protección de los derechos de los animales. La encuesta destaca la necesidad de una estrategia integral que involucre tanto la sensibilización emocional como la promoción activa de programas preventivos para generar un impacto significativo en la percepción y las actitudes hacia el maltrato animal.

3.2.2 Encuesta post-exposición

A continuación, los resultados de la encuesta posterior a la exposición de las fotografías ofrecen un vistazo esclarecedor a las respuestas y percepciones de los participantes después de haber sido expuestos a las imágenes seleccionadas. Estos hallazgos brindan una visión directa de cómo la experiencia visual ha influido en las actitudes y conciencia social de los encuestados

Figura 13

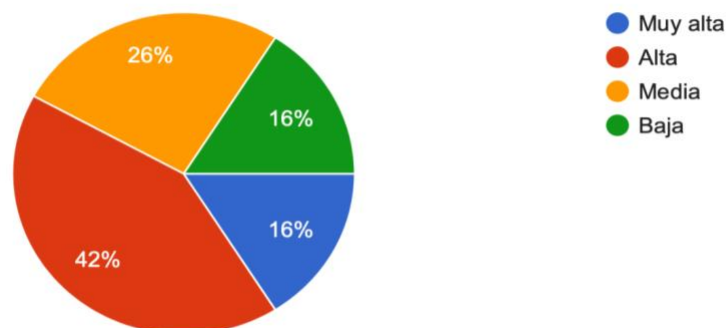
Encuesta post-exposición, pregunta #1: Después de ver las imágenes de maltrato animal, ¿cómo describiría lo que siente?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: Después de ver las imágenes de maltrato animal, ¿cómo describiría lo que siente? Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 14

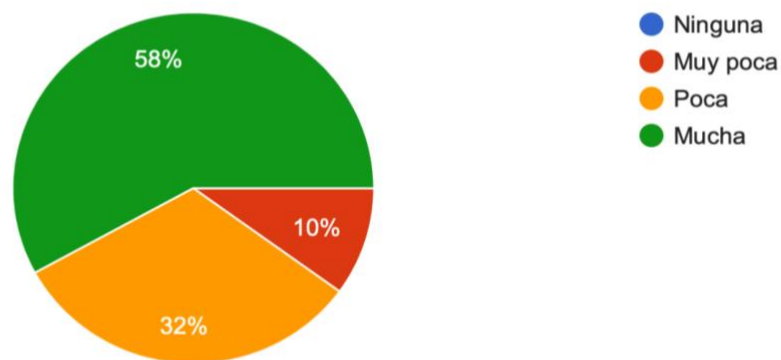
Encuesta post-exposición, pregunta #2: Al ver las imágenes de maltrato animal, ¿qué tanta conciencia sobre el tema logra evidenciar?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: Al ver las imágenes de maltrato animal, ¿qué tanta conciencia sobre el tema logra evidenciar? Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 15

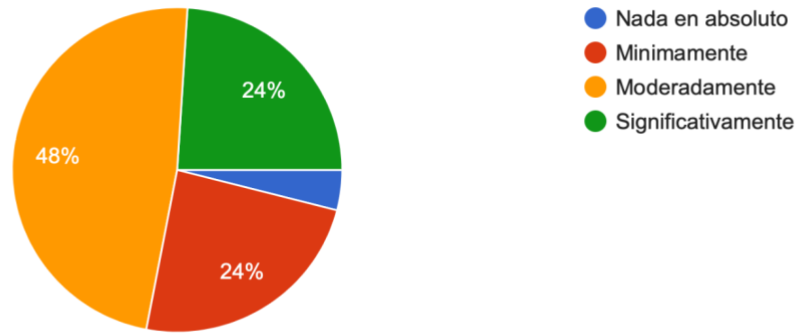
Encuesta post-exposición, pregunta #3: ¿Qué tanta conciencia considera que se crea con publicar estas imágenes?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: ¿Qué tanta conciencia considera que se crea con publicar estas imágenes? Fuente: Elaboración propia (2023)

Figura 16

Encuesta post-exposición, pregunta #4: En su opinión, ¿qué tanto contribuyen estas imágenes a tomar medidas personales y sociales ante el problema?



Nota. La figura corresponde a la gráfica con los resultados obtenidos a la pregunta: En su opinión, ¿qué tanto contribuyen estas imágenes a tomar medidas personales y sociales ante el problema? Fuente: Elaboración propia (2023)

Encuesta post-exposición, pregunta #5: ¿Qué acciones se podrían tomar para prevenir el maltrato animal?

Dada la naturaleza subjetiva de las respuestas a la siguiente pregunta y con el objetivo de facilitar un análisis más estructurado, se optó por realizar una categorización de las acciones expresadas por los encuestados las cuales fueron cuidadosamente examinadas. Este proceso permitió categorizar y agrupar las respuestas en común, proporcionando una clasificación que facilita la identificación de patrones y tendencias emergentes. La segmentación de las opiniones en categorías afines contribuye a una comprensión más profunda y detallada de las percepciones individuales, permitiendo así un análisis más preciso y enriquecedor de los datos recopilados, estas categorías se muestran a continuación.

Acciones de educación y concienciación, siendo de esta el objetivo principal concientizar a las personas sobre el maltrato animal mediante diversas estrategias sociales como una mayor

difusión de imágenes e información sobre el tema con discreción, así como la realización de charlas y actividades en escuelas y universidades. Además, se destaca la importancia de concientizar sobre los diferentes tipos de maltrato animal y enseñar a los niños sobre el respeto hacia todos los seres vivos.

Las acciones de promoción y visibilidad este es otro enfoque crucial es otorgar una mayor voz y visibilidad a programas y fundaciones que previenen el maltrato animal. Esto se lograría promoviendo campañas lideradas por figuras gubernamentales y dando visibilidad a empresas y fundaciones comprometidas con el cuidado de los animales.

En las acciones que van hacia la legislación y aplicación de leyes, se sugiere abogar por la implementación de leyes más estrictas y penalizaciones severas para quienes maltraten animales. Esto incluye la imposición de multas y penas de cárcel para los maltratadores.

Además, se sugiere una reforma animal destinada a garantizar los derechos de los animales y penalizar el maltrato como medida disuasoria.

Las acciones de cambio en el comportamiento y consumo sugieren evitar zoológicos y lugares que privan a los animales de su libertad, reducir el consumo de carne y productos de origen animal, preferir productos cruelty-free y apoyar empresas comprometidas con el bienestar animal. Asimismo, se aboga por tratar humanamente a los animales utilizados para alimentos.

Por último, se categoriza en las acciones gubernamentales y control, en este ámbito gubernamental, se destaca la importancia de supervisar zoológicos e instituciones que alojan animales para garantizar condiciones adecuadas. También se propone la supervisión de reservas ecológicas para asegurar que sean seguras y libres de caza y deforestación. Además, se sugiere la implementación de cátedras de educación sobre bienestar animal en las escuelas y el apoyo a

organizaciones de protección animal, promoviendo la adopción de mascotas en lugar de comprarlas.

3.2.2.1 Conclusión encuesta #2

La encuesta post exposición revela una fuerte conexión emocional de los participantes con el tema. La tristeza y el enojo emergen como las respuestas predominantes, mientras que un porcentaje significativo también experimenta un impacto profundo. Esta intensa reacción emocional sugiere que las imágenes logran transmitir la gravedad del maltrato animal y generan una respuesta emocionalmente cargada en los encuestados.

En términos de conciencia, la mayoría percibe que la exposición a estas imágenes aumenta su comprensión sobre el tema, con un porcentaje sustancial calificándola como "alta". Sin embargo, al considerar la utilidad de publicar dichas imágenes, se observa una percepción dividida, indicando que, aunque las imágenes generan conciencia, existe cierta reticencia sobre su impacto positivo.

En cuanto a la acción, la encuesta revela una disposición moderada entre los encuestados para tomar medidas personales y sociales ante el problema del maltrato animal. Además, las respuestas a la última pregunta indican una diversidad de opiniones sobre las acciones que podrían tomarse para prevenir el maltrato animal, abarcando desde la educación y concientización hasta cambios legislativos y ajustes en comportamientos y consumo. Este análisis subraya la complejidad del problema y la necesidad de estrategias multifacéticas para abordarlo efectivamente.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo, se presentan las conclusiones derivadas del análisis exhaustivo de los resultados obtenidos a través de encuestas, entrevistas a expertos y la revisión de teorías clave relacionadas con el impacto de la fotografía en la conciencia social sobre el maltrato animal. La combinación de datos cuantitativos y cualitativos ha permitido una comprensión profunda de las respuestas emocionales, las percepciones y las opiniones de los participantes frente a las imágenes de maltrato animal.

Además, se extraen implicaciones importantes de las teorías revisadas, como la Teoría del Cambio Social Planificado y la Teoría de la Elaboración de la Probabilidad, que proporcionan un marco teórico sólido para comprender cómo la comunicación visual puede influir en las actitudes y comportamientos sociales. A partir de estos hallazgos, se presentan recomendaciones fundamentadas que buscan orientar prácticas éticas en el uso de imágenes de maltrato animal con el objetivo de generar conciencia y fomentar un cambio social positivo. Este capítulo constituye el cierre reflexivo de la investigación, destacando las contribuciones significativas y las vías potenciales para futuras investigaciones en este campo.

Se insta a los medios de comunicación y a la publicidad a adoptar un Enfoque Sensible en la Comunicación Visual, asegurándose de que las imágenes utilizadas eviten la explotación gráfica y prioricen la concientización sobre problemáticas sociales sin comprometer la ética visual.

Además, se promueve la implementación de Estrategias Educativas que aborden la falta de conocimiento sobre diversas temáticas, no solo limitadas al maltrato animal. En este sentido, se enfatiza la necesidad de desarrollar programas educativos que fomenten la conciencia social y la empatía. Por último, se destaca la importancia de la Colaboración Multidisciplinaria, exhortando a una cooperación efectiva entre organismos gubernamentales, organizaciones no

gubernamentales y la sociedad civil para implementar medidas concretas, incluyendo reformas legislativas y campañas de prevención, que contribuyan al cambio social positivo.

4.1 Conclusiones

En esta sección de conclusiones, se consolidan los hallazgos clave derivados del análisis de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos a través de encuestas y entrevistas a expertos, así como de la revisión teórica. Estas conclusiones proporcionan una visión integral sobre el impacto de la fotografía en la conciencia social respecto al maltrato animal. Se destacan las respuestas emocionales, las percepciones y las perspectivas de los participantes ante las imágenes, así como las implicaciones teóricas que fundamentan el papel transformador de la comunicación visual en la sociedad. A partir de estas conclusiones, se derivan recomendaciones concretas que buscan orientar prácticas éticas y efectivas en la utilización de imágenes para generar conciencia y promover cambios positivos en la sociedad.

Las entrevistas a los expertos, German Ortegón y Eduardo Reyes Cruz, han proporcionado valiosas perspectivas que enriquecen nuestra comprensión del problema de investigación y los objetivos planteados. Ambos expertos destacaron la capacidad única de la fotografía para generar conciencia y empatía en la sociedad, subrayando su papel como herramienta poderosa para abordar problemáticas sociales, como el maltrato animal. German Ortegón enfatizó la importancia de la estética y la composición en la fotografía para lograr impacto, mientras que Eduardo Reyes Cruz resaltó la necesidad de capturar la autenticidad y las emociones en las imágenes.

Estas perspectivas de los entrevistados coinciden con los resultados de las encuestas recopiladas que proporcionan una ventana reveladora hacia la complejidad de las emociones suscitadas por las imágenes de maltrato animal. Los sentimientos de tristeza y enojo, predominantes entre los

encuestados, ilustran la capacidad de la fotografía para evocar respuestas emocionales intensas. Estas reacciones no solo indican una conexión emocional profunda con el tema, sino que también subrayan el potencial de las imágenes para provocar una reflexión significativa sobre el maltrato animal.

Asimismo, la exposición a estas imágenes se correlaciona con un aumento en la conciencia y comprensión del problema. Sin embargo, es esencial señalar la cautela manifestada por algunos participantes sobre la efectividad de las imágenes para generar un cambio positivo. Este matiz sugiere la necesidad de una aproximación equilibrada y ética en la presentación de estas imágenes, evitando la explotación gráfica mientras se busca un impacto informativo y movilizador.

La diversidad de perspectivas y enfoques identificados en las respuestas y sugerencias de acciones destaca la complejidad del problema del maltrato animal. Este panorama subraya la importancia de estrategias integrales que aborden las diversas dimensiones del problema, desde la conciencia pública hasta las acciones concretas. Al respaldar estas conclusiones, las teorías revisadas, como la del Cambio Social Planificado y la de la Elaboración de la Probabilidad, ofrecen un marco teórico sólido que respalda la influencia significativa de la comunicación visual en las actitudes y comportamientos sociales. Estas teorías subrayan la relevancia de una comunicación ética y cuidadosamente planificada para maximizar el impacto positivo en la conciencia social sobre el maltrato animal.

La fotografía, desde su invención en el siglo XIX, ha evolucionado de una simple reproducción visual a un poderoso medio de expresión, documentación y comunicación. Pioneros como Joseph Nicéphore Niépce sentaron las bases de esta revolucionaria técnica, cuyo impacto ha trascendido la estética superficial para capturar emociones y autenticidad. Benjamin Walter y su

enfoque materialista histórico destacan la necesidad de investigar la sociedad a través de la fotografía, reconociendo su influencia en la transformación de patrones sociales.

En el contexto colombiano, la fotografía ha sido una herramienta valiosa para documentar la historia y la cultura, enfrentando desafíos como la violencia y la discriminación. Además, la fotografía se ha destacado como medio de comunicación, periodismo y expresión artística, influyendo en la percepción pública y generando conciencia sobre problemas sociales. Con la llegada de la era digital, la accesibilidad y capacidad de edición han ampliado el alcance de la fotografía.

En relación con el problema de investigación, se concluye que la fotografía tiene un potencial significativo para generar cambios positivos en la sociedad colombiana. Puede ser una herramienta efectiva para documentar la realidad social, sensibilizar a la población sobre temas cruciales y promover cambios positivos. La capacidad de generar un impacto emocional y visual en la población destaca la importancia de su aplicación en campañas de conciencia social.

La investigación sobre el uso de imágenes en campañas de conciencia social refuerza la idea de que la intensidad emocional, la credibilidad del mensaje y la relevancia para el espectador son factores clave para la efectividad. Se destaca la importancia de la ética en la selección y presentación de imágenes, evitando la ofensividad y respetando la dignidad de las personas.

Ejemplos de experiencias sociales fotográficas exitosas en Colombia, como el proyecto "Desplazados" de Jesús Abad Colorado y el trabajo de Stephen Ferry, ilustran cómo la fotografía puede visibilizar realidades, generar conciencia y contribuir al cambio social. Estos proyectos han desempeñado un papel crucial en la narrativa y concienciación pública sobre el conflicto armado y la violencia en el país.

Las respuestas de las encuestas, las opiniones de los expertos y toda la teoría revisada en el estado del arte y marco conceptual de esta investigación, convergen en la idea de que la fotografía puede ser una aliada efectiva en la construcción de una conciencia social más empática y activa, su poder radica en su capacidad para conmover, informar y movilizar a la sociedad, convirtiéndola en una herramienta valiosa para la construcción de un cambio social positivo

4.2 Recomendaciones

La fotografía, como poderosa herramienta visual, ha demostrado ser un medio efectivo para influir en la conciencia social y abordar cuestiones importantes en Colombia. La capacidad de las imágenes para transmitir emociones, contar historias y movilizar a la sociedad hacia el cambio positivo resalta su potencial impacto en la construcción de un tejido social más empático y consciente. En este contexto, las recomendaciones formuladas a partir de la investigación y análisis realizado pretenden orientar la utilización estratégica de la fotografía para maximizar su efectividad en la generación de conciencia y transformación social. Estas recomendaciones se nutren de las respuestas de encuestas, las percepciones de expertos y las teorías que respaldan el papel de la comunicación visual en el cambio social, proporcionando un marco integral para la aplicación práctica de la fotografía con propósitos sociales en Colombia.

Un enfoque sensible en la comunicación visual implica una cuidadosa consideración del impacto emocional de las imágenes utilizadas, reconociendo la responsabilidad ética de evitar la explotación gráfica mientras se prioriza la concientización sobre la crueldad animal. Para aplicar esta recomendación en el contexto de la publicidad y los medios, se sugiere adoptar prácticas que fomenten la empatía y la reflexión, evitando representaciones sensacionalistas que puedan desensibilizar al público o generar rechazo.

En el contexto de campañas de conciencia social, es esencial adoptar un enfoque que priorice el impacto positivo y la sensibilidad. Se recomienda centrarse en narrativas positivas que inspiran cambios y soluciones, destacando historias de superación y solidaridad. Además, es crucial tener en cuenta la diversidad cultural y social del público objetivo para garantizar que las imágenes respeten y representen auténticamente las experiencias y valores de las comunidades a las que se dirigen.

La ética y la transparencia son principios fundamentales. Se debe obtener el consentimiento informado de las personas que aparecen en las fotografías, respetando su privacidad y dignidad. Asimismo, se sugiere evitar la manipulación excesiva de imágenes para preservar la veracidad visual y construir la confianza del público.

La inclusión y diversidad son elementos clave para fortalecer la resonancia de las campañas. Buscar representar la diversidad en todas sus formas y utilizar imágenes que generen empatía en un público amplio, destacando la humanidad compartida. Asimismo, se recomienda diseñar campañas interactivas que fomentan la participación activa del público, aumentando así el impacto y la difusión del mensaje.

En un enfoque a largo plazo, se aconseja construir una identidad visual coherente a lo largo del tiempo para mantener el reconocimiento y la atención continuada. Además, se destaca la importancia de establecer mecanismos para recibir retroalimentación del público y ajustar las estrategias según sea necesario, garantizando así la efectividad y relevancia de las campañas. Fomentar el análisis crítico de imágenes, su impacto y las responsabilidades éticas, así como también se aconseja la asignación de recursos para la investigación y evaluación del impacto de estas campañas que utilizan las fotografías como un recurso para concientizar a las personas, asegurando la eficacia y el respeto hacia la población.

Los ciudadanos desempeñan un papel activo en la recepción y difusión de mensajes visuales. Se recomienda promover la alfabetización visual para que las personas puedan interpretar críticamente las imágenes y comprender su impacto emocional y social. Fomentar la participación ciudadana en discusiones sobre ética visual y prácticas responsables en campañas de conciencia social puede contribuir a una sociedad más informada y comprometida.

Estas recomendaciones buscan fortalecer la ética y responsabilidad en el uso de la fotografía en diferentes sectores, reconociendo la importancia de la formación, la regulación gubernamental y la participación ciudadana en la construcción de una conciencia social efectiva y ética.

A pesar de los beneficios evidentes que la fotografía puede aportar a las campañas de conciencia social, es crucial abordar algunas debilidades y precauciones asociadas con su uso. En primer lugar, existe el riesgo de la simplificación excesiva de problemas complejos. La naturaleza estática de las imágenes puede limitar la capacidad de representar la totalidad de un problema social, corriendo el peligro de transmitir una narrativa simplificada que no refleje la complejidad real de la situación. Por ende, se debe tener precaución al seleccionar y presentar imágenes, asegurándose de no caer en la trampa de simplificar realidades multifacéticas.

Otra debilidad importante radica en el potencial de manipulación emocional. Si bien las imágenes emotivas pueden generar empatía y concientización, existe la posibilidad de que se utilicen de manera manipuladora para suscitar respuestas emocionales extremas. Esto podría distorsionar la percepción del público y, en última instancia, debilitar la autenticidad y la confianza en las campañas. Para abordar esta debilidad, es esencial establecer pautas éticas claras para el uso de imágenes, asegurando que la representación visual se base en hechos verificables y evitando la explotación de las emociones del público.

Referencias

- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bohicchio, L., & Mangiapane, G. (2019). The impact of images on social advertising campaigns. *Journal of Social Marketing*, 9(4), 371-388.
- Coulson, N. S., Greenwood, N., & Bewick, B. M. (2015). Exploring the efficacy of messages promoting responsible drinking: a systematic review. *Journal of health psychology*, 20(2), 144-156.
- Ferrer, I., & Melero, E. (2016). Imagen y comunicación social: el caso de las campañas publicitarias. *Cuadernos.info*, (39), 7-20. doi: 10.7764/cdi.39.927
- Fundación Social y Empresarial de Colombia. (2019). Evaluación del impacto de campañas de conciencia social en Colombia. Recuperado de <https://fsecolombia.org.co/wp-content/uploads/2019/06/Evaluacion-de-impacto-de-campanas-de-conciencia-social-en-Colombia.pdf>
- Grier, S. A., & Bryant, C. A. (2005). Social marketing in public health. *Annual review of public health*, 26(1), 319-339. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15760292/>
- La Casa de Nicéphore Niépce. (2023). Niépce y la invención de la Fotografía. <https://photo-museum.org/es/niepce-invencion-fotografia/>
- Langerak, F., Gündüz, U., Fick, C., & Boyaci, T. (2019). The influence of visual cues on social issues advertising effectiveness: The role of the emotionality and specificity of the issue and the image. *Journal of Business Research*, 96, 157-167. doi: 10.1016/j.jbusres.2018.10.047
- Lewin, K. (1940). *Teoría del Cambio Social Planificado: Estrategias para la transformación efectiva*.

- Meiselas, S. (2019). *On the frontlines: Four decades of photography*. Aperture.
- Moreno, V. Ramírez, M. Moreno, E. (2006). *Biografía de Walter Benjamin*. Busca Biografías.
<https://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/3806/Walter%20Benjamin>
- Napier, R. (2016). Images and international development communication. In S. K. Stein & S. C. Byram (Eds.), *Developing Intercultural Competence in Practice* (pp. 199-214). *Multilingual Matters*.
<https://doi.org/10.21832/9781783096155-014>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205.
- Petersen, E., & Lupton, D. (2016). *The new public health: Health and self in the age of risk*. Sage.
- Quebral, N. (1971). La comunicación para el desarrollo: un medio para la modernización y el cambio social. *Quarterly Review of Film Studies*, 52(2), 169–184.
- Rancière, J. (2010). *The Emancipated Spectator*. Verso Books.
- Rodríguez, E. (2014). *La fotografía de prensa en el siglo XXI*. Cátedra de Comunicación Social, Universidad de Buenos Aires.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Rothstein, A. (2018). *Witness to change: The photographs of Farm Security Administration photographers*. University of California Press.
- Sadurní, J. M. (2019) Louis daguerre, el precursor de la fotografía. *National Geographic*.
https://historia.nationalgeographic.com.es/a/louis-daguerre-precursor-fotografia_14907
- Salgado, S. (2013). *Genesis*. Taschen.

Snyder, J., & Allen, N. (2017). Photography, Memory, and Refugee Identity: The Case of Syrian Refugees in the United States. *Visual Communication Quarterly*, 24(3), 130-141. doi: 10.1080/15551393.2017.1332385

Sontag, S. (1977). *On photography*. Penguin Books.