

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**PERCEPCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIANTES DEL  
VI CICLO, ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN, HUACHO 2022**

**Presentado por:**

Bartolo Shigueta, Esther Tatiana

Giraldo Shahuano, Lady Karol

UNIV. NAC. JOSÉ F. SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
  
Lic. Miguel Ángel Revilla Marreros  
DOCENTE DNU 370

**Asesor:**

Revilla Marreros, Miguel Angel

**Para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación**

**Huacho – Perú**

**2022**

# PERCEPCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIANTES DEL VI CICLO, ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, HUACHO 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

[edoc.pub](http://edoc.pub)

Fuente de Internet

3%

2

[agendacix.org](http://agendacix.org)

Fuente de Internet

3%

3

César Leyton Robinson, Andrés Díaz Caballero. "La fotografía como documento de análisis, cuerpo y medicina: teoría, método y crítica - la experiencia del Museo Nacional de Medicina Enrique Laval", *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 2007

Publicación

3%

4

[app.unjfsc.edu.pe](http://app.unjfsc.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

5

[renati.sunedu.gob.pe](http://renati.sunedu.gob.pe)

Fuente de Internet

2%

6

[repositorio.uss.edu.pe](http://repositorio.uss.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

**PERCEPCIÓN DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIANTES DEL  
VI CICLO, ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN, HUACHO 2022**

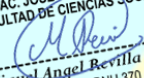
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PERIODISMO Y COMUNICACIONES**

**BARTOLO SHIGUETA, ESTHER TATIANA**

**GIRALDO SHAHUANO, LADY KAROL**

**TESIS DE PREGRADO**

UNIV. NAC. JOSÉ F. SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
  
Lic. Miguel Ángel Revilla Marreros  
DOCENTE DNU 370

**Asesor:** Lic. Revilla Marreros, Miguel Angel

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZCARRIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
HUACHO  
2022**

Lic. Miguel Angel Revilla Marreros

**ASESOR**



M(o) Dalila Pimentel Retuerto

**VOCAL**

The logo of the Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrion de Huachuco is a circular emblem. It features a central yellow sun with rays, a yellow gear, and a yellow hand holding a pen. The text "UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRION" is written in a circular path around the top, and "HUACHUCO" is written at the bottom. The logo is semi-transparent and serves as a background for the text.

## DEDICATORIA

A mis padres, mi sobrina y a mi hijo quienes son mi motor y motivo para salir adelante, y en memoria de mi hermano y mi abuelo quienes estuvieron en mis inicios de esta aventura, gracias por su amor y apoyo sin medida. Todo esto es por y para ellos.

Esther Tatiana Bartolo Shigueta

A mis padres con el mismo amor infinito que me forjaron durante todo este tiempo y a mi hija que me acompañó durante el proceso de esta meta trazada.

Lady Karol Giraldo Shahuano

Decorative wavy lines in blue and olive green colors at the bottom of the page.

## AGRADECIMIENTO

A las personas que forman parte de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión que contribuyeron al desarrollo de nuestro proyecto,

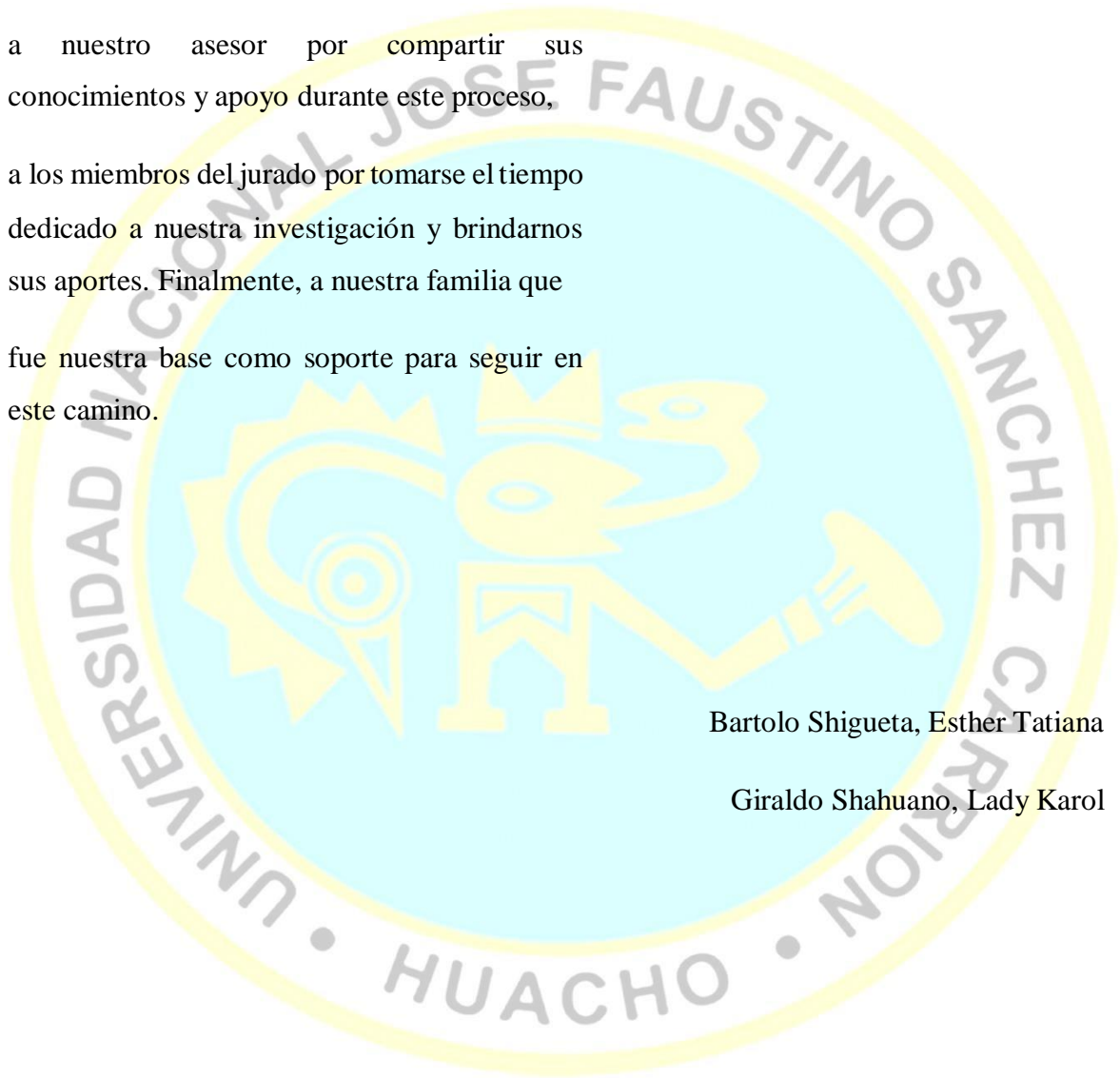
a nuestro asesor por compartir sus conocimientos y apoyo durante este proceso,

a los miembros del jurado por tomarse el tiempo dedicado a nuestra investigación y brindarnos sus aportes. Finalmente, a nuestra familia que

fue nuestra base como soporte para seguir en este camino.

Bartolo Shigueta, Esther Tatiana

Giraldo Shahuano, Lady Karol





# ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
Resumen	x
Abstract	xi
INTRODUCCIÓN	12

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática	14
1.2 Formulación del problema	15
1.2.1 Problema general	15
1.2.2 Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación de la investigación	16
1.5 Delimitaciones del estudio	17
1.6 Viabilidad del estudio	17

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación	18
2.1.1 Investigaciones internacionales	18
2.1.2 Investigaciones nacionales	19
2.2 Bases teóricas	21

	7
2.3 Bases filosóficas	22
2.4 Definición de términos básicos	23
2.5 Hipótesis de investigación	24
2.5.1 Hipótesis general	24
2.5.2 Hipótesis específicas	25
2.6 Operacionalización de las variables	26

**CAPÍTULO III  
METODOLOGÍA**

3.1 Diseño metodológico	27
3.1.1 Tipo de investigación	27
3.1.2 Nivel de investigación	27
3.1.3 Diseño de investigación	27
3.1.4 Enfoque de investigación	28
3.2 Población y muestra	28
3.2.1 Población	28
3.2.2 Muestra	28
3.3 Técnicas de recolección de datos	28
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	28

**CAPÍTULO IV  
RESULTADOS**

4.1 Análisis de resultados	29
4.2 Contrastación de hipótesis	32

**CAPÍTULO V  
DISCUSIÓN**



5.1 Discusión	36
---------------	----

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones	37
------------------	----

6.2 Recomendaciones	38
---------------------	----

<b>REFERENCIAS</b>	<b>39</b>
--------------------	-----------

7.1 Fuentes documentales	39
--------------------------	----

7.2 Fuentes bibliográficas	40
----------------------------	----

7.3 Fuentes hemerográficas	40
----------------------------	----

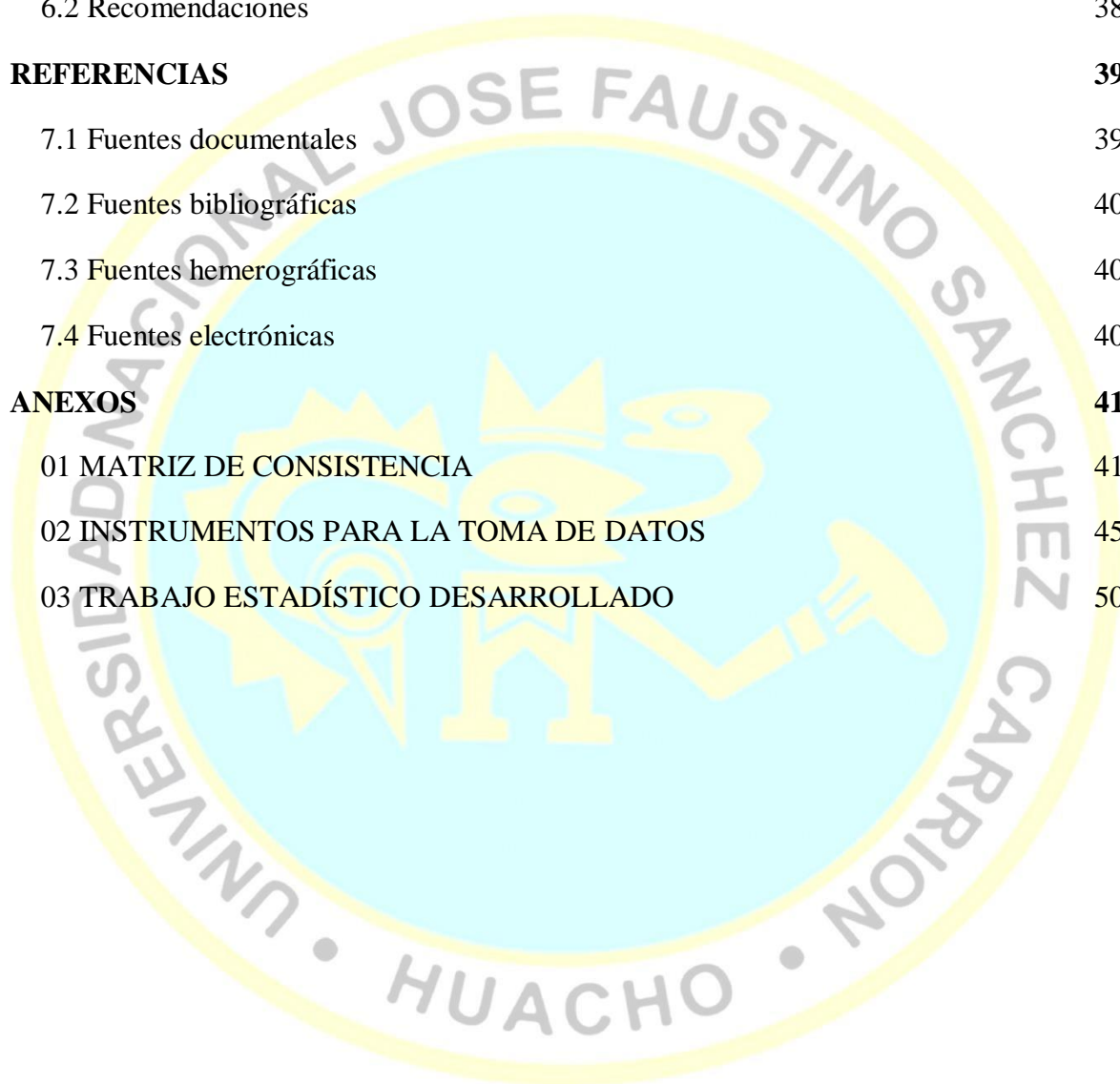
7.4 Fuentes electrónicas	40
--------------------------	----

<b>ANEXOS</b>	<b>41</b>
---------------	-----------

01 MATRIZ DE CONSISTENCIA	41
---------------------------	----

02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS	45
---------------------------------------	----

03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO	50
-------------------------------------	----



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la variable Percepción Fotográfica.....	29
<b>Figura 2:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Elementos Visuales .....	30
<b>Figura 3:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Contenido del mensaje.....	31
<b>Figura 4:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Tipo de Fotografía .....	32

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la variable Percepción Fotográfica.....	33
<b>Tabla 2:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Elementos Visuales .....	34
<b>Tabla 3:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Contenido del mensaje.....	35
<b>Tabla 4:</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de la dimensión Tipo de Fotografía .....	36

## Resumen

**Objetivo:** Describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I. **Métodos:** La población de esta investigación está en el registro del listado de alumnos del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión del periodo 2022 – I que está conformado por de 27 alumnos en donde se trabajó con ellos en su totalidad. El instrumento elegido para esta investigación fue una encuesta que consta de 18 preguntas. La selección fue validada a través de la plataforma estadística SPPS. **Resultados:** El 85,2% manifiesta que la percepción de la fotografía tiene un nivel bajo mientras que el 14.81% considera que cuentan con el nivel medio. **Conclusión:** Se determinó la percepción que tienen los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es bajo y no positiva, así lo demostró el 85.2% de estudiantes. **Palabras clave:** Percepción, Fotografía, Elemento Visual, Contenido de los mensajes, Tipo de Fotografía

## Abstract

**Objective:** To describe the perception of photography as a communication tool in the students of the VI cycle of the Professional School of Communication Sciences of the José Faustino Sánchez Carrión National University in the period 2022 – I. **Methods:** The population of this research is found in the register of the payroll of students of the VI cycle of the Professional School of Communication Sciences of the José Faustino Sánchez Carrión University for the period 2022 – I, which is made up of 27 students where they worked with them in their entirety. The instrument chosen for this research was a survey consisting of 18 questions. The selection was validated through the SPSS statistical platform. **Results:** 85,2% state that the Perception of photography has a low level while 14,81% consider that it has a medium level VI. **Conclusion:** The perception that the students of the VI cycle of the Professional School of Communication Sciences of the José Faustino Sánchez Carrión University have accelerated in the period 2022 – I is low and not positive, for which 85,2% presented from them students.

**Keywords:** Perception Photography, Visual Element, Content of the messages, Type of Photography.



## INTRODUCCIÓN

Hoy en día existe una necesidad de actualización de información en relación a la fotografía junto con la modernización de la cámara fotográfica que va de la mano de la tecnología, esta nos permite un acceso de información más rápido y a su vez sugiere una integración a un mundo que se encuentra en constante cambio. Por tal motivo que, pasando por la etapa universitaria, como estudiante y actualmente egresadas ejerciendo nuestra carrera, nace la idea de conocer la percepción actual en base a los conocimientos que adquieren en las aulas de la Escuela Profesional.

El presente trabajo de investigación parte como iniciativa de las investigadoras, dado el medio donde estamos inmersas en relación a nuestro centro laboral, surge la necesidad por conocer desde un punto de vista universitario en cómo se manifiesta la percepción de la fotografía en los estudiantes del VI Ciclo, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2022.

Es por ello, el origen de la presente investigación denominada “Percepción de la Fotografía en los estudiantes del VI Ciclo, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2022, la cual consta de los siguientes seis capítulos que se detalla brevemente a continuación:

Capítulo I: Comprende una serie de subcapítulos que tiene una estructura, que en efecto es necesario para el entendimiento de este trabajo de investigación, entre ellos la identificación del tema a investigar a través del planteamiento de problema que progresivamente dan pase a los objetivos de forma general y específicos, la justificación, las delimitaciones y finalmente la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Comprende el Marco Teórico, donde encontrarán los antecedentes de diferentes investigadores con temas relacionados a nuestra investigación, que fueron parte del soporte de estudio tanto internacional, nacionales y locales. Así mismo encontrarán la hipótesis general y específica, también las bases teóricas y filosóficas.

Capítulo III: Describe la metodología aplicada e involucra todo lo que concierne al alcance, el diseño, tipo, enfoque de la investigación, como también la población y muestra aplicada, la técnica de recojo y procesamientos de datos para su análisis y presentación de los resultados.



Capítulo IV: Especificaremos los análisis obtenidos de los resultados estadísticos para aplicar una contrastación de la hipótesis de esta tesis para su validación respectiva.

Capítulo V: La discusión es parte de este capítulo, de manera que estas nos permitan hacer una comparativa de los resultados obtenidos en esta tesis y con los resultados obtenidos por otros antecedentes de estudios relacionados al tema.

Capítulo VI: Este capítulo contiene las conclusiones obtenidas luego del desarrollo de los capítulos mencionados además de las recomendaciones planteadas y orientadas a la confirmación de las hipótesis planteadas.



## Capítulo I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

La comunicación es el proceso donde un emisor y un receptor establecen un intercambio de mensajes que transmite información, esto representa que comunicar es compartir un poco de nosotros mismos hacia los demás y como en nuestra vida cotidiana la imagen tiene un alto valor comunicativo, es por tal motivo que en el ámbito comunicacional se considera esencial la fotografía como herramienta de comunicación.

Además, la imagen como parte de la fotografía, es el resultado de la combinación entre el arte y la creatividad, brindándonos una herramienta principal para medios de comunicación como revistas, vallas publicitarias y medios informativos escritos ya que estamos conscientes que actualmente la fotografía se afirma como un modo de expresión.

La tradición fotográfica es una de las más importantes del Perú, desde su aparición en nuestro país allá por el siglo XIX. Aproximadamente en el año 1842 se iniciaría el registro fotográfico del Perú y a través del tiempo estas imágenes serán estudiadas por historiadores e investigadores de diversos campos debido a su aporte como objeto de estudio de nuestra memoria, elevándolo a la categoría de documento histórico, además de lo artístico, porque nos permitirá conocer de algún modo nuestro pasado como un registro gráfico de su tiempo. (Carcausto, 2019, p.21).

Esta investigación nos ha unido en esta meta trazada, este arte nos ha permitido combinar lo aprendido y explotar nuestra creatividad para capturar momentos y recuerdos que perdurarán en el tiempo. Así mismo estamos en una constante capacitación para la mejora de la calidad profesional y poder brindar nuestros servicios de manera eficiente. ya que la fotografía y sus tipos están en constante innovación.

Flusser (2000) menciona que

las fotografías son omnipotentes, por lo tanto, se encuentra, en álbumes, revistas, libros, periódicos, latas, carteles e infinidades de sitios o lugares, y tener la intención de programar una conducta mágica de la sociedad, utilizando la cámara para ese fin y de esta manera ser modelos de las experiencias del conocimiento, de los valores y de las acciones de otras personas, convirtiéndose inmortal en la memoria de las personas. (p.39-40)

Por este motivo surge la necesidad de conocer la percepción que tienen los estudiantes de VI ciclo con respecto a la fotografía como herramienta de comunicación, ya que esta información suma de manera positiva en lo académico y profesional, así como lo fue en nuestra experiencia.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cuál es la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión? en el periodo 2022 – I?
- ¿Cuál es la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?
- ¿Cuál es la percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.
- Determinar cuál es la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencia de la Comunicación en el periodo 2022 – I.
- Determinar cuál es la percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación en el periodo 2022 – I.

### **1.4 Justificación de la investigación**

**1.4.1 Justificación teórica** Esta tesis sitúa su característica principal en la línea de Carrera de Periodismo Audiovisual, dado que la imagen fotográfica tiene un peso visual imponente permitiendo conocer la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes, con el fin de que los resultados obtenidos sirvan como aporte a futuras investigaciones.

#### **1.4.2 Justificación práctica**

El presente trabajo tiene como finalidad principal conocer la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación, en los estudiantes de VI ciclo de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación con el fin de confirmar la necesidad del conocimiento académico en el ámbito profesional.



## **1.5 Delimitaciones del estudio**

**1.5.1 Delimitación temporal:** La investigación se llevó a cabo durante el mes de octubre del presente año, respetando el cronograma de actividades programadas por la Unidad de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

**1.5.2 Delimitación espacial:** La investigación se realizó con los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho.

**1.5.3 Delimitación práctica:** El tema principal de la investigación es conocer la percepción de la fotografía en los estudiantes del VI ciclo de Comunicaciones y está comprendido en la línea de carrera de Periodismo Audiovisual que se desarrolla en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

**1.6.1 Viabilidad humana:** La viabilidad de esta investigación se sostiene en la accesibilidad que tenemos hacia el objeto de estudio que son los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, también la predisposición de los tesisistas como del asesor.

**1.6.2 Viabilidad temporal:** La investigación es viable puesto que se aplica de manera oportuna con el cronograma establecido por la Unidad de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Sociales que es compatible con el tiempo de los tesisistas.

**1.6.3 Viabilidad financiera:** La realización de esta tesis es posible ya que contamos con recursos propios, lo que permite que el proyecto sea autofinanciado.



## Capítulo II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Investigaciones internacionales

#### 2.1.2 Investigaciones nacionales

Mendoza (2019) en su tesis titulada *Preferencia por los Tipos de Fotografía en los Estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Trujillo, 2019*, plantea como objetivo determinar la relación existente entre la exposición sobre fotografía social y la percepción social de jóvenes transeúntes del Parque de la Exposición de Lima, 2018.

La investigación buscó determinar la preferencia de los tipos de fotografía por parte de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de dicha universidad. El estudio realizado fue no experimental usando el diseño descriptivo comparativo, teniendo como muestra a 328 estudiantes mediante un cuestionario de escala nominal.

El estudio llegó a la conclusión que la razón principal por la inclinación de tipos de fotografías es el vínculo de gusto o atracción que genera en los estudiantes además el referente del nivel de conocimiento con relación al tipo de fotografía fue positiva. Finalmente dio como resultado un conocimiento proporcionado.

#### 2.1.3 Investigaciones Locales

Muñoz (2018) en su investigación titulada *Percepción de la Fotografía Publicitaria en las Redes Sociales de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho 2018*, nos señala que el objetivo principal de esta investigación es determinar cuál es la percepción de la fotografía publicitaria en las redes sociales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho 2018. Se usó como técnicas de recolección de datos un cuestionario aplicado a una población de 395 estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación donde su muestra fue de 195 estudiantes, con un enfoque cuantitativo y un tipo de investigación descriptiva.

El estudio llegó a cumplir con el objetivo general que es determinar cuál es la percepción de la fotografía publicitaria en las redes sociales de los estudiantes de Ciencias de la

Comunicación respecto al agrado visual de las imágenes, arrojó un alto porcentaje de aceptación en colores, simetría y persuasión. dando un atractivo visual muy grato, siendo percibida denotativamente muy llamativa tanto que logra captar la atención de los usuarios.

Ramis (2017), en su trabajo de investigación titulado *La Percepción de la Fotografía Periodística del Diario “EL TROME” en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – 2017*, el tesista plantea como objetivo general determinar la percepción de la fotografía periodística del diario “El Trome” en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - 2017.

Este estudio descriptivo con enfoque cuantitativo realizó una encuesta contando como población a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de los cuales 196 fueron su muestra representativa.

Ramis concluyó que, para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, las fotografías mostradas en el diario “El Trome” no cuentan con una buena composición, por otro lado, notan un grado de manipulación en sus diferentes secciones generando un resultado negativo, pero sin dejar de lado que muestran la imagen tal y como es la fotografía periodística.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1. Percepción**

La percepción es la forma en la que el cerebro interpreta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión inconsciente o consciente de la realidad física de su entorno.

Según Lachat (2012) “La percepción es un proceso cognitivo primario previo al lenguaje y que forma parte de nuestra evolución. Los estudios recientes en neurociencia facilitan el entendimiento de este proceso cognitivo extremadamente complejo y primario” (p.04).

Por otro lado, tenemos a Bravo, Ramos, & Covarrubias (2019), quienes hablan sobre la percepción como un proceso simple y que la información se encuentra en el estímulo sin que sea necesario procesos mentales internos ulteriores” (p.44).

### 2.2.2. Fotografía

Para Rosset (1993):

La fotografía es un acontecimiento llamado a la existencia. El término fotografía se desprende del griego Phos (foto) y graphein (grabar), diseñar con luz o escribir, que es el arte de plasmar o fijar, reproduciendo las imágenes captadas en una cámara oscura por un pequeño agujero o lente y en el fondo de la cámara se reduce el tamaño de la imagen, la cual es atrapada por una película sensible (p.23).

Según el autor MacLuhan:

La fotografía es como una imitación, la más perfecta, por lo cual debemos entender que la fotografía tiene un “efecto de realidad” (1967). También nos señala que, entre los teóricos de este segundo planteamiento, estaría Arnheim, señalando las diferencias aparentes que la imagen presenta a lo real. (p.135).

Por otro lado, Langford (2003), habla sobre

“la fotografía como una mezcla de imaginación visual, diseño, arte y capacidad organizativa. También lo define como un medio para comunicar cosas reales o ficticias y para expresar ideas, requiriendo habilidades técnicas y artísticas”.

### 2.2.3. Percepción Fotográfica

Cohén (1974), define la percepción como la interpretación significativa de las sensaciones como representantes de los objetos externos; la percepción es el conocimiento aparente de "lo que está ahí afuera" (p. 9).

Además, nos indica tres fases que son las siguientes: la primera es la identificación, la acción de reconocimiento del observador, la segunda es la diferenciación la cual busca particulares características de dichos elementos



a su parecer y la tercera y última etapa es de la evaluación donde el observador acepta o rechaza la información de acuerdo con su criterio.

La percepción fotográfica implica aspectos como físicos, fisiológicos y psicológicos, de igual manera abarca aspecto cultural y social, así como las creencias, valores, todo ello influye y afecta la manera en cómo nosotros vemos las cosas. Con el pasar del tiempo, el uso de imágenes realizadas con una cámara, a través de los medios de comunicación han generado un impacto a la realidad. Aunque la cámara y el ojo son instrumentos análogos para la captación de imágenes, la visión del ojo es diferente a la visión de la cámara.

(p. 55)

#### **2.2.4. Elementos Visuales**

Para Wong (1986) los elementos visuales surgen cuando se hacen visibles los elementos conceptuales, cuando dotamos a la línea conceptual de largo, de ancho, cuando le damos color y una determinada textura. Wong destaca, en sus comentarios, el elemento de la textura, porque considera que posee aspectos singulares que no deben ser descuidados. (p.11 - 83).

Según Wucius Wong (1986)

expone los elementos y principios del lenguaje visual para aplicarlos en el diseño bi y tridimensional, teniendo en cuenta que el diseño es un “proceso de creación visual con un propósito”. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y sueños de un artista, para que un diseñador se pueda enfrentar con problemas prácticos “debe dominar el lenguaje visual”, la base de la creación del diseño porque, al margen de los aspectos funcionales del diseño, existen principios en la organización visual que deben importar a un diseñador. (p.9).

El aprender a leer y construir imágenes nos permite tener un lenguaje universal, así como, conocer el lenguaje de las imágenes en todas sus posibilidades comunicativas y expresivas de cualquier realidad.

Entre los elementos visuales está la composición, es la parte fundamental del aspecto estético en la fotografía, el objetivo de utilizar esta estructura es el de lograr un impacto visual y provocar una sensación en el espectador.

Justo Villafañe (1987) menciona que “la composición es el procedimiento que hace posible que una serie de elementos inertes cobren actividad y dinamismo al relacionarse con otros” (p. 177).

Los elementos fundamentales son: planos, composición, encuadre, ángulos.

Planos: existen varios tipos de planos los cuales nos ayudan a una mejor composición fotográfica y son:

- Plano general (LongShot) vista panorámica, en donde la escala de la figura humana es apenas perceptible y ocupa una pequeña porción de la imagen total. Este tipo de vista destaca principalmente el entorno. Se utiliza, por lo general, para ubicar al espectador en el lugar fotografiado. Muestra las situaciones de tiempo y lugar.
- Plano de conjunto (Médium Long Shot) las figuras se distinguen con claridad como un todo. Se utiliza generalmente para retratos de grupos e incluye parte del medio circundante, pero sólo como referencia.
- Plano entero (FullShot) la figura humana aparece completa y ocupa la mayor parte del área fotográfica. En términos generales, los límites de la figura coinciden con los límites de la fotografía.
- Plano medio (Médium Shot) Se suele subdividir en tres categorías:
  - Plano americano, donde la figura se corta a la altura de las rodillas.
  - Plano Medio (Médium Cióse Up), donde la figura se corta a la altura de la cintura.
  - Plano medio corto, en el que la figura se corta a la altura de los hombros.



- Primer plano, la figura se reduce a la cabeza y algo de los hombros. Utilizado normalmente en retrato, se emplea para enfatizar la expresión. Puede subdividirse, a su vez, en dos categorías:

- Primerísimo plano en el que se fotografía el rostro, que ocupa toda la imagen, por su capacidad de información posee un alto impacto.
- Plano de detalle, muestra sólo un fragmento del objeto fotografiado, el cual ocupa toda la superficie de la imagen. En el retrato se maneja sólo una parte del rostro, o del cuerpo.

Encuadres: Existen 2 tipos de encuadre, el picado y contra picado, que todavía conservan la capacidad de impresionar vivamente al espectador. Por medio del encuadre decidimos qué objetos van a aparecer y cuáles desecharemos en nuestra toma, también orienta la atención del espectador hacia un punto u otro, o generar sensaciones puntuales. El encuadre puede ser horizontal (foto apaisada) o vertical (foto alargada), según la forma en que se coloque la cámara.

Ángulos: Este elemento les da a las fotografías una gran fuerza gracias a la creación de puntos de vista poco habituales. El saber y comprender los ángulos a la altura de cámara constituye uno de los medios más efectivos para hacer mejores fotografías. Hay varios tipos de ángulos entre ellos está el ángulo normal y convencional, picado, contra picado, nadir y cenit.

### **2.2.5. Contenido de los mensajes**

En la actualidad se ha vuelto a descubrir el poder inmenso de esta otra modalidad de expresión del pensamiento que es el "lenguaje visual" y le está dando un carácter de avalancha a través de los medios de comunicación masiva. El receptor de la comunicación no puede quedar ajeno a esta realidad y habría de transformarse, en un verdadero "analista de contenido". En efecto, en muchos casos, el receptor de hoy no podrá acceder al sentido completo de un discurso si no está en condiciones de evaluar el significado de la expresión icónica, es decir de acceder críticamente al "contenido" del mensaje.

Existen componentes el connotativo y denotativo. La connotación, es comprensión subjetiva, más amplia que la objetiva, y que nos permite conocer ciertos elementos complementarios a la denotación, principalmente de tipo afectivo o emotivo. La denotación indica la correspondencia entre los dos planos de la lengua, la expresión y el contenido, y la

connotación está formada por las cualidades abstractas mucho más difíciles de traducir. que son el conjunto de condiciones que ayudan a su definición, los valores que se añaden a la significación y que tienen el poder de producir reacciones emocionales extralingüísticas.

Para Bloomfield (1933), las connotaciones son los valores suplementarios de las palabras, la extensión del significado. Hay tantas variedades de connotaciones que son innumerables e imposibles de definir, no siendo muchas veces posible distinguir las claramente de la significación denotativa (p. 152).

### **2.2.6. Tipos de fotografía**

La clasificación de los géneros fotográficos es cada vez más compleja y ha sido una tarea no exenta de dificultades. Tal como señala Valérie Picaudé: “El género sirve más para dar unos puntos de referencia que para etiquetar, es decir, que sirve más para interpretar que para clasificar” (Picaudé y Arbaizar, 2004, p.49).

Entre ellas tenemos:

La Fotografía publicitaria o comercial: El objetivo es seducir y vender, la fotografía se transformó en la herramienta por excelencia para responder a estos intereses comerciales. La fotografía publicitaria no intenta reproducir la realidad de las cosas, no está comprometida con la realidad como lo está, por ejemplo, la fotografía documental (o de prensa). Solo se inspira en la realidad y lo que representa por medio de sus imágenes es más bien una realidad construida.

La fotografía de prensa: Es uno de los tipos de fotografía más extendido, son imágenes de los acontecimientos o hechos contingentes, que sirven como la prueba de que estos ocurrieron. Puede retratar acontecimientos políticos o judiciales, espectáculos culturales o deportivos, eventos religiosos, manifestaciones públicas, catástrofes, celebraciones, historias de vidas, etc. En los medios de comunicación, el objetivo primordial de la fotografía es informar, pero también generar opinión, conmover y entretener.

La Fotografía Documental: No hay imagen documental que no sea fotográfica, este tipo de fotografía es más testimonial. Nace de la práctica de observar fotográficamente el mundo. A diferencia de la fotografía de prensa, que opta por una mirada objetiva de los acontecimientos, la fotografía documental instala una mirada particular, un punto de vista

subjetivo del(la) fotógrafo(a), cuyo deseo es sensibilizar y dar una opinión a través de sus imágenes, privilegiando a la vez el valor estético de estas.

Fotografía Artística: Aunque en la actualidad la fotografía es considerada un arte, no siempre fue estimada como tal. Cuando apareció la fotografía, hacia 1830, tuvo un impacto inmediato sobre la pintura y las artes visuales, con el surgimiento del arte conceptual durante la década de 1960, que por primera vez privilegió la idea o concepto sobre el carácter estético de la obra, los límites de la fotografía artística se ampliaron, surgiendo una distinción crucial. Una cuestión es lo que se conoce como “fotografía artística” cuyos géneros provienen de la tradición de las bellas artes, y otra son las obras producidas por artistas que usan la fotografía, pero que no son fotógrafos profesionales.

Fotografía para la Salud: En este tipo de fotografía tenemos que conocer en profundidad la documentación y los diversos caminos por los cuales podemos llegar a la institucionalidad o a los márgenes de ella. Es por esto que la fotografía médica nos puede adentrar a mundos sociales aún no valorizados ya que, muchas veces, es la imagen del sujeto 'enfermo' la que termina mostrando la 'realidad social' de la propia enfermedad. En estos documentos visuales donde encontramos a 'sujetos' anónimos históricos, graficados en un 'primer plano', sin filtros, con toda la imagen para ellos, sus manos, sus rostros, sus cuerpos, su contexto, desafiando incluso el origen del retrato de la fotografía universal, donde su imagen representaba autoridad y poder social. La imagen se viene repitiendo desde el Renacimiento, cuando los mecenas o grandes comerciantes burgueses eran retratados por los pintores para emerger como una nueva clase social dominante y donde los otros grupos sociales quedaban excluidos de estas imágenes o iconografías de poder.

La fotografía en el siglo XIX siguió con estas realidades visuales-sociales que van a continuar con un valor capital de la imagen, pero con otros agentes que reemplazarán a estas antiguas burguesías por otros grupos sociales que se desarrollarán con la industrialización y el conocimiento positivista académico que surge de este proceso de modernización. La importancia de la fotografía médica donde otras formas de representación se debilitan. La fotografía, por su movilidad permite al operador fotográfico romper cercos sociales y espacios de privacidad que nos revelan mundos excluidos a la mirada habitual que solo eran percibidos desde la marginalidad.

Olivares (1996) menciona que



posiblemente la diferencia que se destacaría en un estudio sobre la importancia de la fotografía en este momento histórico debería centrarse en la fuerza visual de su existencia y en una fuerza similar aplicada al análisis del individuo y de la sociedad en la que vive. Un análisis a veces abstracto y teórico, otras veces directo y descarnado, en ocasiones lírico y en otros momentos épico (p.31).

### **2.3 Bases filosóficas**

Basándonos en la naturaleza de nuestra investigación que tiene un enfoque cuantitativo, encaminada a desarrollar una base filosófica del Positivismo, se desea obtener un conocimiento metódico, dado que su principal característica es ser medible (cuantitativo), de tal manera que los resultados obtenidos sean fáciles de comparar y comprobar.

La realización de esta investigación pretende describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Huacho, siendo la percepción observable, puede ser estudiada y medible.

Investigaciones sobre Filosofía de la Fotografía buscan interpretar los pilares angulares de cualquier filosofía de la fotografía, tienen como conceptos básicos: la imagen, programas, información y aparato, esto hace posible la siguiente definición de fotografía: Una imagen creada y distribuida por un aparato fotográfico, es una imagen cuya función es informar. La filosofía de la fotografía es esencial para la creación de la práctica fotográfica a nivel interno perteneciente a la conciencia, ya que da lugar a un modelo de libertad.

Nuestra estructura de existencia está pasando por un proceso de transformación y conjuntamente la tarea de la filosofía es profundizar sobre esta posibilidad de libertad.

Flusser, Vilém, (2000) señala que:

El universo de imágenes técnicas emergentes a nuestro alrededor representa el cumplimiento de las edades, en que la acción y la agonía van sin fin en círculos. Sólo desde esta perspectiva apocalíptica, parece, ¿El problema de la fotografía asume la importancia que merece? (p. 89).

## 2.4 Definición de términos básicos

**Ángulos:** Este es definido por la longitud focal del lente y el formato de la cámara, y por lo general, se mide a través del ángulo de visión, tenemos diferentes tipos de ángulos (normal, picado, contrapicado, cenital, nadir y aberrante). (Colorado 2019)

**Composición:** Componer una pieza fotográfica demanda seguir los siguientes pasos: decidir el sujeto u objeto y organizar los elementos claves; considerar el formato de la composición, encuadrar el sujeto u objeto dentro de una imagen y utilizar el espacio de su alrededor, juzgar el momento oportuno, atender detalles para que el entorno sea atractivo y diverso (considerar la textura, el diseño y el volumen). (Drew 2006)

**Connotación:** La connotación viene a ser el conjunto de valores subjetivos ligados a un mismo término y variables según los hablantes (Álvarez, 2006) (p.47).

**Denotación:** Definimos denotación de un término a su concepto objetivo, válido para todos los hablantes (Álvarez, 2006) (p.47).

**Encuadres:** significa decidir desde dónde se tomará y con qué distancia focal. Componer una imagen es realmente complejo y existen diversos estudios al respecto en la que intervienen distintos elementos que son percibidos de diversas maneras: personajes, planos (general, primer plano, plano de detalle, plano americano).

Según Fier, el encuadre, también denominado formato, se refiere al área visible que forma un archivo de imagen.

**Fotografía:** es como una mezcla de imaginación visual, diseño, arte y capacidad organizativa. También lo define como un medio, un vehículo para comunicar cosas reales o ficticias y para expresar ideas, requiriendo habilidades técnicas y artísticas. (Langford, 2003, p.15)

**Fotografía Periodística:** tiene como objetivo representar y comunicar a través de fotografías determinados acontecimientos, personajes, temáticas o sucesos. el cual se desarrolla gracias a los avances técnicos de la fotografía. Sontag, S. (2006).

**Fotografía Publicitaria:** Este elemento en la comunicación publicitaria se refleja en la obtención de espectaculares imágenes que despierten el interés de compra del producto o



servicio, llegando en ocasiones a ser el propio mensaje de comunicación. Eguizábal, Raúl (2001).

**Percepción:** “La percepción es cómo se interpreta y se entiende la información que se ha recibido a través de los sentidos...” (Balsebre, 2007, p.83).

**Planos:** Los planos en la fotografía pueden estar definidos, con límites claros, o indefinidos, extendiéndose más allá de la fotografía. Al igual que las líneas, los planos dirigen la mirada, guiando los ojos por la fotografía. (Pariente, p 102-103)

## **2.5 Hipótesis de investigación**

### **2.5.1 Hipótesis general**

La percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

La percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

La percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

La percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

## 2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Percepción de la Fotografía	Elementos Visuales	Composición Planos Encuadres Ángulos	Ítems 1 , 2 Ítems 3 , 4 Ítems 5 , 6 Ítems 7 , 8
	Contenido de los mensajes	Denotación Connotación	Ítems 9 , 10 Ítems 11 , 12
	Tipo de Fotografía	Fotografía <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía Periodística</li> <li>• Fotografía Publicitaria</li> <li>Fotografía para la Salud</li> </ul>	Ítems 13 , 14 Ítems 15 , 16 Ítems 17 , 18

## **Capítulo III METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

La presente investigación es básica, porque su principal búsqueda es entender y conocer a profundidad el problema planteado, sin necesidad de tener que aplicar dichos conocimientos.

Muñoz (como citó León y Pastrana, 2021) menciona que:

“Tiene como finalidad incrementar el conocimiento, aunque muchas veces no es porque así lo quiera el investigador, sino porque el objeto investigado así lo determina; podemos decir entonces que este tipo de investigaciones son más profundas”. (p. 85)

#### **3.1.2 Nivel de investigación**

La presente investigación es descriptiva porque describe la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Este tipo de investigación descriptiva para Chávez (2007), orientan a recolectar informaciones relacionadas con el estado real de las personas, objeto, situaciones o fenómenos, tal como se presentaron en el momento de su recolección. Describe lo que se mide sin realizar inferencias ni verificar hipótesis (p.135).

#### **3.1.3 Diseño de investigación**

El diseño de la presente investigación es no experimental, por lo que no se realiza ningún experimento, solo explica cómo se manifiesta el problema y sus componentes.

Para Hernández (2018): “Es posible definirla como aquella investigación realizada sin manipulación deliberada de variables. Consiste de estudios en los que no varía de manera intencionada las variables independientes para ver su repercusión en otras variables” (p. 152).

### **3.1.4 Enfoque de investigación**

El enfoque de la investigación es cuantitativo ya que incluye datos estadísticos que finalmente nos llevó a tener resultados de la investigación.

Para Hernández (2018): “Un enfoque cuantitativo es aquel donde hace uso la recopilación de la información, es decir, realiza una medición de variables para posteriormente ser analizadas estadísticamente” (p.04).

## **3.2 Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

La población que formó parte de la presente investigación son 27 estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

### **3.2.2 Muestra**

Se decidió hacer un tipo de muestra censal que incluye a todos los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación en el periodo 2022 - I.

## **3.3 Técnicas de recolección de datos**

Encuesta: Se aplicó un cuestionario dirigido a 27 alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión para determinar su percepción de la fotografía como herramienta de comunicación.

## **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

La presente investigación utilizó el programa SPSS para determinar los resultados del cuestionario.



## Capítulo IV RESULTADOS

### 4.1 Análisis de resultados

#### 4.1.1. Análisis Univariado

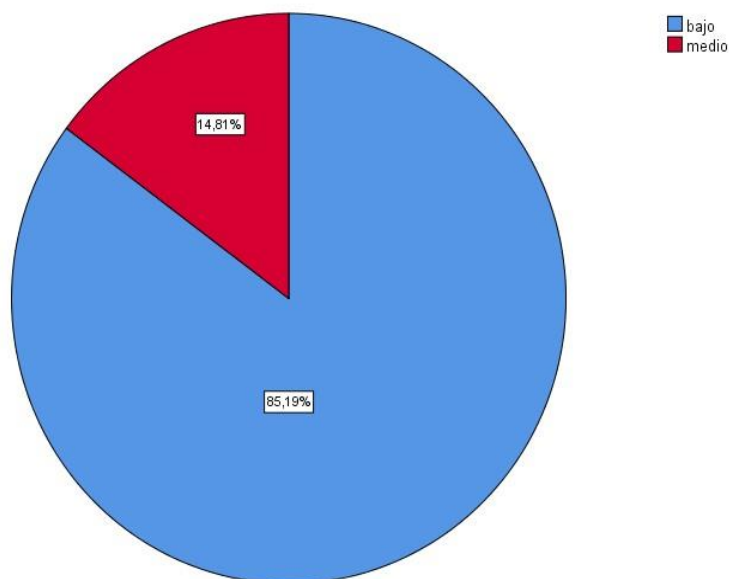
**Variable:** Percepción Fotográfica

Tabla 01.

*Análisis de la variable Percepción fotográfica.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	
				Porcentaje válido	acumulado
Válido	bajo	23	85,2	85,2	85,2
	medio	4	14,8	14,8	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

**Nota:** Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.



**Figura 01** Distribución de frecuencia y porcentaje de la variable Percepción Fotográfica.  
Elaboración: Propia  
Fuente: Cuestionario de Tesis.

**Interpretación:**

La figura 01 muestra los resultados luego de la aplicación al 100% de la población de estudio que un 14.81% de los estudiantes perciben la fotografía a un nivel medio y un 85,19 % en un nivel bajo.

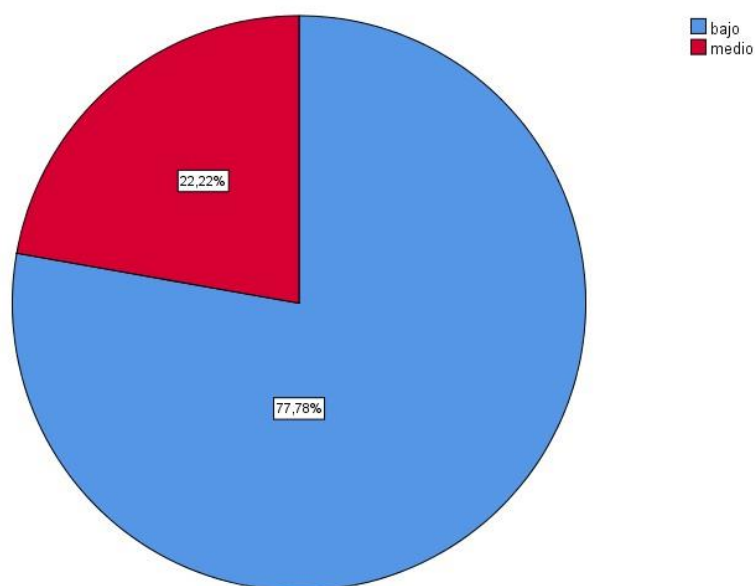
**Dimensión:** Elementos Visuales

Tabla 02.

*Análisis de la dimensión Elementos Visuales.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	21	77,8	77,8	77,8
	medio	6	22,2	22,2	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

**Nota:** Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.



**Figura 02** Distribución de frecuencia y porcentaje de la Dimensión Elementos Visuales.

*Elaboración: Propia*

*Fuente: Cuestionario de Tesis.*

**Interpretación:**

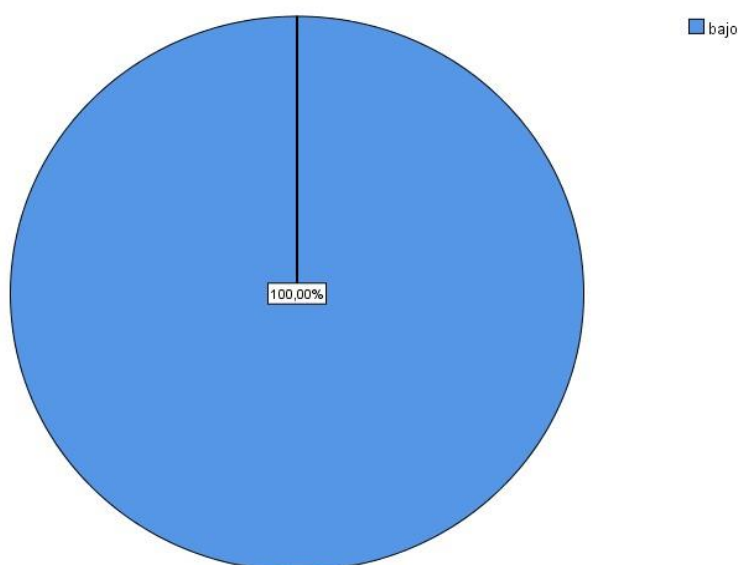
La figura 02 muestra los resultados luego de la aplicación al 100% de la población de estudio que un 22,22% de los estudiantes perciben los “Elementos Visuales” a un nivel medio y un 77,78 % en un nivel bajo.

**Dimensión:** Contenido de los mensajes

Tabla 03.

*Análisis de la dimensión Contenido de los mensajes.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	27	100,0	100,0	100,0

**Figura 3** Distribución de frecuencia y porcentaje de la Dimensión Contenido de los Mensajes.*Elaboración: Propia**Fuente: Cuestionario de Tesis.***Interpretación:**

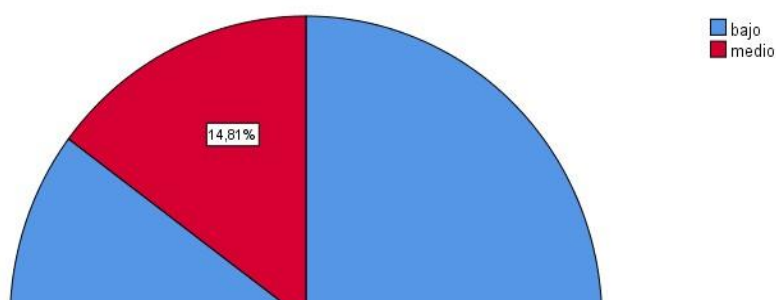
La figura 03 muestra los resultados luego de la aplicación al 100% de la población de estudio que el 100% de los estudiantes perciben el “Contenido de los mensajes” a un nivel bajo en su totalidad.

**Dimensión:** Tipos de Fotografía

Tabla 04.

*Análisis de la dimensión Tipos de Fotografía.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	23	85,2	85,2	85,2
	medio	4	14,8	14,8	100,0
	Total	27	100,0	100,0	



**Figura 4** Distribución de frecuencia y porcentaje de la Dimensión de Tipo de Fotografía.

Elaboración: Propia

Fuente: Cuestionario de Tesis.

### **Interpretación:**

La figura 04 muestra los resultados luego de la aplicación al 100% de la población de estudio que un 14.81% de los estudiantes percibe los “Tipos de Fotografía” a un nivel medio y un 85,19 % en un nivel bajo.

## **4.2 Contrastación de hipótesis**

### **4.2.1 Hipótesis estadística general**

Hi: La percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

Ho: La percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I no es positiva.



**Tabla 1.** *Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Percepción Fotográfica.*

		Percepción Fotográfica			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	23	85,2	85,2	85,2
	medio	4	14,8	14,8	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

### **Interpretación:**

La tabla 01 muestra según los resultados interpretamos que el 85,2% representa un nivel bajo, por lo cual, podemos rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir, la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I en su mayoría es de un nivel bajo, lo que significa que se requiere de un proceso de mejora.

### **4.2.2 Hipótesis estadística específicos 1**

Hi: La percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

Ho: La percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I no es positiva.

**Tabla 2.** Distribución de frecuencias y porcentajes de la Dimensión Elementos Visuales

		Elementos Visuales			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	bajo	21	77,8	77,8	77,8
	medio	6	22,2	22,2	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

### Interpretación:

La tabla 02 muestra, según los resultados, interpretamos que el 77,8% representa un nivel bajo, por lo cual, podemos rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir, la percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I en su mayoría es de un nivel bajo, lo que significa que se requiere de un proceso de mejora.

### 4.2.3 Hipótesis estadística específicos

Hi: La percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

Ho: La percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I no es positiva.

Contenido de los Mensajes			
		Porcentaje	Porcentaje
Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado

Válido	bajo	27	100,0	100,0	100,0
--------	------	----	-------	-------	-------

**Tabla 3.** *Distribución de Frecuencias y Porcentajes de la Dimensión de Contenido de los Mensajes.*

Nota: Cuestionario aplicado a los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

#### **Interpretación:**

La tabla 02 muestra, según los resultados, interpretamos que el 100% representa al nivel bajo, por lo cual, podemos rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir, la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I en su totalidad en un nivel bajo, lo que significa que se requiere de un proceso de mejora.

#### **4.2.4 Hipótesis estadística específicos 3**

Hi: La percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.

Ho: La percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I no es positiva.

**Tabla 4.** *Distribución de frecuencias y porcentajes de la Dimensión Tipos de Fotografía*

		<b>Tipo de Fotografía</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bajo	23	85,2	85,2	85,2
	medio	4	14,8	14,8	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

#### **Interpretación:**

La tabla 04 muestra, según los resultados, interpretamos que el 85,2% representa al nivel bajo, por lo cual, podemos rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, es decir,

la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I, en su mayoría es de nivel bajo, lo que significa que se requiere de un proceso de mejora.





## Capítulo V DISCUSIÓN

### 5.1 Discusión

La investigación ha tenido como objetivo general describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.

Al inicio de la investigación se presumía la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación de los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I que era positiva.

Aplicada la investigación y realizado el procesamiento estadístico de la información recolectada de la variable y sus dimensiones, se determinó que un 85,2% manifiesta que la percepción de la fotografía en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, se encuentra en un nivel bajo y que un 14,81% cuentan con un nivel medio. Observando en las conclusiones de Ramis (2017) que, para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, las fotografías mostradas en el diario “El Trome” no cuentan con una buena composición para el agrado de los lectores, sugiere incluir más asignaturas en relación a lo que engloba la Fotografía Periodística, y esto se confirma también en nuestra investigación dado que el 77,8 % de estudiantes del VI ciclo tienen una percepción negativa sobre la composición fotográfica mientras que un 22,2% presenta un nivel moderado.

Sin embargo, Mendoza (2019) en los resultados obtenidos de su investigación Preferencia por los Tipos de Fotografía en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, demuestra que el resultado es regular, tanto para la UCV con 72.50%, UNT con 81.85%, UPN con 74.51% y UPAO con 73.64%, percibiendo una tendencia positiva. Es decir, la mayoría percibe un buen conocimiento de los tipos de fotografía como herramienta de comunicación, mientras que los resultados de nuestra investigación nos reflejan una evidencia totalmente opuesta, ya que el 14,8% se encuentra en un nivel medio, mientras que el 85,2% en un nivel negativo, alejándonos de la hipótesis planteada en un inicio.

Para Muñoz, respecto al agrado visual de las imágenes, se determinó que un 70,8% de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación perciben de forma agradable la composición, simetría y persuasión dando un atractivo visual muy grato, siendo percibida denotativamente muy llamativa tanto que logra captar la atención de los usuarios, sin embargo, esta evidencia contrapone la hipótesis planteada para la dimensión el Contenido de los Mensajes, ya que en nuestros resultados demuestran que en su totalidad el 100% de encuestados percibe de forma negativa la denotación y connotación.



## **Capítulo VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

Mediante el proceso de la investigación se logró cumplir con el objetivo general que es describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.

1. La hipótesis formulada no resultó ser respaldada, ya que se descubrió que la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación de los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I no es positiva, debido a que la mayoría de estudiantes no consideran los elementos necesarios para a la realización de una fotografía.

2. Se descubrió que la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I el porcentaje mayor se encuentra en un nivel inadecuado, y solo un porcentaje menor, tiene un nivel moderado.

3. Se descubrió que la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I, no es positiva ya que en su totalidad los resultados de nuestros indicadores presentan un nivel bajo.

4. Se descubrió que la percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I, en su mayoría no es positiva, ya que generalmente la mayoría de encuestados no toman en cuenta la composición, ángulos, planos y encuadre al realizar una fotografía, y solo un porcentaje menor considera estos elementos visuales.

## 6.2 Recomendaciones

Tras las conclusiones mencionadas anteriormente se han planteado tres recomendaciones con las que se busca ofrecer una mejora en los problemas presentados:

1. Fortalecer e impulsar la enseñanza en el proceso educativo en relación a la fotografía a través de los cursos o talleres aplicando niveles como: básico, intermedio o avanzado. Incrementando la exigencia en cada nivel, de tal manera que esta escala pueda ubicar a los alumnos en su rango correspondiente y permitir el desarrollo de las capacidades necesarias con el compromiso de que dicho alumnado mantenga el interés respectivo.
2. La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión debe considerar proponer la implementación del taller de prácticas con cámaras modernas que permitan el uso de sus características tecnológicas, con la finalidad que la teoría instruida en las aulas sea practicada y aplicada de forma externa, para la obtención de aprendizaje y experiencias en el medio.
3. Reforzar la comprensión del contenido de los mensajes planificando visitas organizacionales a exposiciones fotográficas y museos, e incentivando exposiciones propias de fotografía con el fin de estar en constante aprendizaje en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, ya que se demostró en que la hipótesis planteada no fue positiva.
4. Reforzar constantemente las teorías de la imagen y el uso del lenguaje audiovisual adecuado a través de la programación de cursos distribuidos en la malla curricular que contribuyan a la obtención de las capacidades necesarias para la aplicación oportuna de los elementos visuales en la realización de sus prácticas pre profesionales.



## REFERENCIAS

### 7.1 Fuentes documentales

- Carcausto, E. (2019). *Las Fotografías y su influencia en el aprendizaje visual del área de Personal social en los estudiantes del 5to grado de primaria de la I.E. N° 72759 Segundo Mororcco Laconi - Puno*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- F., R. (2017). *La percepción de la Fotografía Periodística del Diario "EL TROME"*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Flusser, V. (2005). *TOWARDS A PHILOSOPHY OF PHOTOGRAPHY*. Gran Bretaña: Reaktion Books Ltd. Obtenido de <http://www.altx.com/remix.fall.2008/flusser.pdf>
- Glosario. *Mott.pe*. (s.f.). Obtenido de Ángulo de la Fotografía: <https://glosario.mott.pe/fotografia/palabras/angulo-de-la-fotografia#:~:text=%C3%81ngulo%20de%20la%20Fotograf%C3%ADa%20Es%20el%20fragmento%20de,se%20mide%20a%20trav%C3%A9s%20del%20%C3%A1ngulo%20de%20visi%C3%B3n>.
- Gonzales, J. (2021). *Percepción de contenidos de Youtube en estudiantes de Ciencias de la Comunicación*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Lopez, A. (2015). *Imagen fotográfica y representación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Mendoza, P. (2019). *Preferencia por los Tipos de Fotografía en los Estudiantes de Ciencias de la Comunicacio* . Trujillo : Universidad Cesar Vallejo.
- Paredes, H. (2022). *Silabo Fotografía* . Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Paredes, H. (2022). *Silabo Fotografía para la Salud*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Pariante, J. (s.f.). *Composicion Fotográfica* . Mexico: Sociedad Mexicana de fotografos profesionales.

Pastrana, & Leon. (2021). *Estrategias de Comunicación para la Prevención de la Covid-19 en los trabajadores del Hospital de Chancay*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

W., M. (2018). *Percepcion de la Fotografía Publicitaria en las Redes Sociales* . Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Bravo, M., Ramos, M., & Covarrubias, P. (2019). Una revisión del enfoque ecológico de gibson sobre la percepción visual. Universidad de Guadalajara. Obtenido de [http://rmac-mx.org/wp-content/uploads/2020/07/RMAC4502\\_06\\_Covarrubias.pdf](http://rmac-mx.org/wp-content/uploads/2020/07/RMAC4502_06_Covarrubias.pdf)

## 7.2 Fuentes bibliográficas

Olivares, Rosa 1996 *El retrato como medio de conocimiento*, Madrid.

Sontag, Susan 1981 *Sobre la fotografía* Madrid: Edhasa.

Sontang, S (1980) *Sobre la fotografía*.

Pariante, J. (s.f.). *Composicion Fotográfica* . Mexico: Sociedad Mexicana de fotografos profesionales.

Colorado Nates Óscar (2019) ángulos y altura de cámara.

Arnheim, R. (1986). *El pensamiento visual* R. Arnheim Paidos (Vol. 4a edición). España:

Ediciones Paidos Ibérica. Obtenido de <https://www.departamentoesteticas.com/SEM%201/PDF/2017/Arnheim%20Rudolf%20-%20El%20Pensamiento%20Visual.pdf>

Hernández, S. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 7a edición). Mc Graw Hill.

Lachat, C. (2012). *Percepción visual y traducción audiovisual: la mirada dirigida*.

Universidad de Granada. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/MonTI/article/view/301234/390712>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). Metodología de la Investigación (1.a ed.). McGraw - Hill Interamericana De México, S.A. De C.V. [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-laInvestigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-laInvestigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6.a ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Cohén, Jozef, 1974 (1969) Sensación y percepción visuales. México: Trillas. Temas de Psicología, Nc 1

Wong, Wicius fundamentos del diseño bi y tridimensional. Barcelona, 5a edición, Gustavo Gili, 1986 Principios del diseño en color. Barcelona, 4a edición, Gustavo Gili, 1995.

Villafañe, Justo Introducción a la teoría de la imagen, Madrid, Piramide, 1985, (2a reimpresión).

Langford, M. (2003). Fotografía Básica. 7ma Edición. Omega.

Bloomfield, L.: Language, Nueva York: Holt. 1933.

### 7.3 Fuentes hemerográficas

#### 7.4 Fuentes electrónicas

<https://glosario.mott.pe/fotografia/palabras/angulo-de-lafotografia#:~:text=%C3%81ngulo%20de%20la%20Fotograf%C3%ADa%20e%20el%20fragmento%20de,se%20mide%20a%20trav%C3%A9s%20de%20%C3%A1ngulo%20de%20visi%C3%B3n.> (2022)

Glosario digital especializado en Fotografía.

[cuaderno-fotografia.pdf \(cultura.gob.cl\)](#) (2016) El Potencial Educativo de la fotografía.

[1\\_index.indd \(tdx.cat\)](#) (2008) Elementos básicos de la representaciones visuales funcionales.

[7724\\_GRAPHOS\\_AESO\\_02.indd \(mheducation.es\)](#). Elementos Visuales de la imagen.

[Denotación y connotación \(cervantes.es\)](#) Denotación y connotación. Recuperado de

<https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56- Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-> Muñoz, C. (2015). Metodología de la Investigación - Ciencias Sociales. Oxford. Recuperado de University Press México, S.A. de C.V.

[Rocha.pdf](#).

<https://raco.cat/index.php/MonTI/article/view/301234/390712>. Lachat, C. (2012). Percepción visual y traducción audiovisual: la mirada dirigida. Universidad de Granada.

[Ángulos y altura de cámara | Oscar en Fotos](#). Colorado Nates Óscar (2019) ángulos y altura de cámara.

[https://www.academia.edu/en/37895598/EL\\_CONTENTIDO\\_DE\\_LOS\\_MENSAJES\\_ICO\\_NICOS](https://www.academia.edu/en/37895598/EL_CONTENTIDO_DE_LOS_MENSAJES_ICO_NICOS) Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica Santiago de Chile,



## ANEXOS

### 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b><u>GENERAL:</u></b></p> <p>¿Cuál es la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino</p>	<p><b><u>GENERAL:</u></b></p> <p>Describir la percepción de la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino</p>	<p><b><u>GENERAL:</u></b></p> <p>La percepción de la fotografía como herramienta de comunicación de los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en</p>	<p><b>Percepción de la fotografía:</b></p> <p><b>Percepción:</b></p> <p>“El acto de percibir es el resultado de reunir y coordinar los datos que nos suministran los sentidos externos (sensaciones) (Bal sobre, citado por Franco, 2007, p.83).</p>	<p><b><u>ELEMENTOS VISUALES:</u></b></p> <p>Composición. Planos. Encuadres. Ángulos.</p> <p><b><u>CONTENIDO DE LOS MENSAJES:</u></b></p> <p>Denotación. Connotación.</p>	<p><b><u>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</u></b></p> <p>a) <b>Tipo:</b> Básica.</p> <p>b) <b>Nivel:</b> Descriptivo.</p> <p>c) <b>Diseño:</b> No experimental – transversal.</p> <p>d) <b>Enfoque:</b> Cuantitativo.</p>

<p>Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?</p> <p><b><u>ESPECÍFICO:</u></b></p> <p>¿Cuál es la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?</p>	<p>Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.</p> <p><b><u>ESPECÍFICO:</u></b></p> <p>Determinar la percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.</p>	<p>el periodo 2022 – I es positiva.</p> <p><b><u>ESPECÍFICO:</u></b></p> <p>La percepción del tipo de fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.</p>	<p><b>Fotografía:</b></p> <p>MacLuhan (1967). El término fotografía se desprende del griego Phos (foto) y graphein (grabar), diseñar con luz o escribir, que es el arte de plasmar o fijar, reproduciendo las imágenes captadas en una cámara oscura por un pequeño agujero o lente y en el fondo de la cámara se reduce el tamaño de la imagen, la cual</p>	<p><b><u>TIPO DE FOTOGRAFÍA:</u></b></p> <p><b>Fotografía</b></p> <p>Fotografía Periodística.</p> <p>Fotografía Publicitaria.</p> <p><b>Fotografía para la salud.</b></p>	<p><b><u>POBLACIÓN:</u></b></p> <p>27 estudiantes del VI ciclo de la E.P. de C.C. de la UNJFSC en el periodo 2022 – I.</p> <p><b><u>MUESTRA:</u></b></p> <p>Se decidió hacer un tipo de muestra censal que incluye a todos los estudiantes del VI ciclo de la E.P. de C.C. de I.</p>
---	---	---	--	---	--

<p>¿Cuál es la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?</p>	<p>Determinar cuál es la percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. en el periodo 2022 – I.</p>	<p>La percepción del contenido de los mensajes en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.</p>	<p>es atrapada por una película sensible.</p>		<p><b><u>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</u></b></p> <p>La técnica utiliza es la encuesta.</p> <p><b><u>INSTRUMENTO:</u></b></p> <p>Cuestionario.</p> <p><b><u>TÉCNICAS PARA EL PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN:</u></b></p> <p>SPSS.</p>
<p>¿Cuál es la percepción de los elementos visuales en la fotografía como</p>	<p>Determinar cuál es la percepción de los</p>	<p>La percepción de los elementos visuales en la fotografía como herramienta de</p>			

<p>herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I?</p>	<p>elementos visuales en la fotografía como herramienta de comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I.</p>	<p>comunicación en los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el periodo 2022 – I es positiva.</p>			
--	---	---	--	--	--



## 02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

### ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar la información necesaria para el proyecto de Tesis “Percepción de la fotografía en los estudiantes del VI ciclo, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2022”. Por favor se le pide responder con sinceridad.

Escriba con un (X) en el casillero, según usted considere su punto de vista, considerando esta escala:

1	2	3	4	5
<b>Siempre</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>Nunca</b>

	ÍTEM	1 Siempre	2 Casi Siempre	3 A veces	4 Casi Nunca	5 Nunca
<b>1. ELEMENTOS VISUALES</b>						
<b>A. COMPOSICIÓN</b>						
1	¿Para usted es indispensable considerar la composición de la imagen antes de realizar la fotografía?					
2	¿Considera usted que percibe la composición de colores en una preproducción fotográfica?					
<b>B. PLANOS</b>						

3	¿Usted considera el uso de los planos de la imagen como elemento de identificación del motivo principal de la fotografía?					
---	---	--	--	--	--	--

4	¿Percibe usted el equilibrio visual que implica usar los planos en la fotografía?					
---	---	--	--	--	--	--

#### C. ENCUADRES

5	¿Usted considera al encuadre como elemento primordial para iniciar sus tomas fotográficas?					
---	--	--	--	--	--	--

6	¿Con qué frecuencia percibe el encuadre fotográfico en una imagen?					
---	--	--	--	--	--	--

#### D. ÁNGULOS

7	¿Usted considera que el ángulo le permite brindar información en la composición fotográfica?					
---	--	--	--	--	--	--

8	¿Para usted los ángulos reflejan una fuerza visual en una imagen mostrada?					
---	--	--	--	--	--	--

<b>2. CONTENIDO DE LOS MENSAJES</b>						
<b>A. DENOTACIÓN</b>						
9	¿Usted considera que las clases dictadas de fotografía aportan al estudiante de manera positiva?					
10	¿Considera usted que la imagen fotográfica refleja la realidad en su totalidad?					
<b>B. CONNOTACIÓN</b>						
11	¿Es fácil para usted interpretar el mensaje de una imagen fotográfica?					
12	¿La observación de una fotografía siempre le genera emoción?					
<b>3. TIPO DE FOTOGRAFÍA</b>						
<b>1. FOTOGRAFÍA</b>						
<b>A. FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA</b>						
13	¿Para usted es complicado realizar una fotografía periodística?					
14	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realizar					

	imágenes fotográficas para cubrir notas informativas?					
<b>B. FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA</b>						
15	¿La práctica en fotografía publicitaria le permite resaltar características del motivo?					
16	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realizar imágenes fotográficas para una campaña publicitaria?					
<b>2. FOTOGRAFÍA PARA LA SALUD</b>						
17	¿La práctica en fotografía para la salud le permite graficar los cuidados que debe tener un paciente?					
18	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realizar imágenes fotográficas para una campaña de salud?					



### 03 TRABAJO ESTADÍSTICO DESARROLLADO

\*spss de encuesta tesis original.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visite: 23 de 23 variables

	D1CP01	D1CP02	D1PP03	D1PP04	D1EP05	D1EP06	D1AP07	D1AP08	D2DP09	D2DP10	D2CP11	D2CP12
1	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	3	3	1	1	3	3	2	1
3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2
4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	2	3	4	2	2	3	1	1	2	2	2	3
6	1	1	4	1	2	2	2	1	1	2	1	1
7	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2
8	1	1	4	2	2	3	1	1	1	1	2	2
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
10	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	4	2	2	2	2	2	1	3	3	2
13	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	2
14	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3
15	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	3	3
16	2	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1
17	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3
18	2	2	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3
19	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	2	2
20	2	2	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3
23	3	3	4	2	1	1	5	2	2	3	1	2
24	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
25	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	1	2
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	3	1	3	1	2	1	2	1	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unico:ON

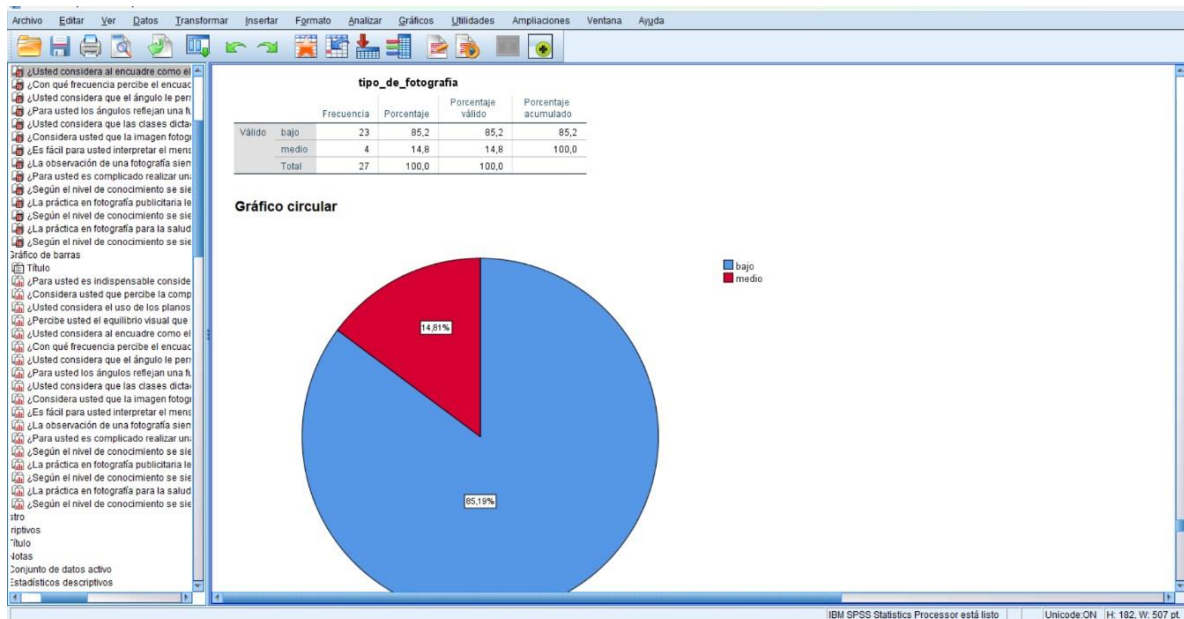
Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	D1CP01	Númérico	8	0	¿Para usted es indispensable considerar la composición de la im...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
2	D1CP02	Númérico	8	0	¿Considera usted que percibe la composición de colores en una p...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
3	D1PP03	Númérico	8	0	¿Usted considera el uso de los planos de la imagen como elemen...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
4	D1PP04	Númérico	8	0	¿Percibe usted el equilibrio visual que implica usar los planos en l...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
5	D1EP05	Númérico	8	0	¿Usted considera al encuadre como elemento primordial para inici...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
6	D1EP06	Númérico	8	0	¿Con qué frecuencia percibe el encuadre fotográfico en una imagen?	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
7	D1AP07	Númérico	8	0	¿Usted considera que el ángulo le permite brindar información en l...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8	D1AP08	Númérico	8	0	¿Para usted los ángulos reflejan una fuerza visual en una imagen ...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
9	D2DP09	Númérico	8	0	¿Usted considera que las clases dictadas de fotografía aportan al...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
10	D2DP10	Númérico	8	0	¿Considera usted que la imagen fotográfica refleja la realidad en s...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
11	D2CP11	Númérico	8	0	¿Es fácil para usted interpretar el mensaje de una imagen fotografi...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
12	D2CP12	Númérico	8	0	¿La observación de una fotografía siempre le genera emoción?	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
13	D3FPEP13	Númérico	8	0	¿Para usted es complicado realizar una fotografía periodística?	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
14	D3FPUP14	Númérico	8	0	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realiza...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
15	D3FPUP15	Númérico	8	0	¿La práctica en fotografía publicitaria le permite resaltar caracteris...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
16	D3FPUP16	Númérico	8	0	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realiza...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
17	D3FSP17	Númérico	8	0	¿La práctica en fotografía para la salud le permite graficar los cuid...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
18	D3FSP18	Númérico	8	0	¿Según el nivel de conocimiento se siente capacitado para realiza...	(1, siempre)...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
19	V20	Númérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
20	V21	Númérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
21	D1	Númérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
22	D2	Númérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
23	D3	Númérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
24											
25											
26											
27											
28											

Vista de datos Vista de variables







## ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar la información necesaria para el proyecto de Tesis "Percepción de la fotografía en los estudiantes del VI ciclo, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Huacho 2022". Por favor se le pide responder con sinceridad.

 [fralim12z@gmail.com](mailto:fralim12z@gmail.com) (no se comparten)  
[Cambiar cuenta](#)

 Se guardó el borrador

# ENCUESTA

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

AA

docs.google.com

