UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

Tesis de grado para la obtención de Licenciatura

LA IMAGEN TURÍSTICA Y LA FOTOGRAFÍA DE LAS TARJETAS POSTALES EN EL AÑO 2017, DE LA CIUDAD DE LA PAZ

POR: JAVIER RAFAEL CANAVIRI

TUTOR: LIC. DORYS ARIAS

LA PAZ-BOLIVIA
Abril, 2019

Dedicado a mi ciudad, Chukiyawu Marka, Nuestra Señora de La Paz, La Paz de Ayacucho.

AGRADECIMIENTO

A mi madre, Ana Canaviri, sin ella esta investigación no hubiera sido posible.

Te lo agradezco de corazón.

CONTENIDO

CAPITULO I

1. Introducción al problema. 1
1.1. Delimitación. 4
1.1.1. Delimitación geográfica. 4
1.1.2. Delimitación del tema. 4
1.1.3. Delimitación temporal. 5
1.2. Identificación del problema. 5
1.3. Preguntas de investigación. 8
1.4. Objetivos. 8
1.4.1. Objetivo general. 8
1.4.2. Objetivos específicos. 8
1.5. Justificación. 9

Capitulo II

2. Marco contextual. 12
2.1. Aspecto geográfico. 12
2.2. Contexto histórico cultural. 13
2.3. Aspecto social político. 17
2.4. Contexto económico. 18

CAPÍTULO III

3. Marco teórico. 19
3.1. Antecedentes. 19
3.2. Bases teóricas. 20
3.2.1. Imagen turística de la ciudad de La Paz. 20
3.2.2. La fotografía en la ciudad de La Paz. 24
3.2.3. La tarjeta postal fotográfica. 25
3.3. Definiciones conceptuales. 29
3.3.1. Imagen Turística. 29
3.3.1.1. Imagen. 29

3.3.1.2. Imagen Turística. 31
3.3.1.3. Imagen percibida. 34
3.3.1.4. Imagen emitida. 35
3.3.2. La fotografía. 35
3.3.2.1. El título o titular. 37
3.3.2.2. Denotativo y connotativo en la fotografía. 39
3.3.3. La tarjeta Postal. 41
3.3.3.1. Las características generales de las tarjetas postales. 41
3.3.3.2. Tipos de tarjetas. 42

Capítulo IV

4. Formulación de la hipótesis. 44
4.1. Identificación de las variables. 45
4.2. Definición conceptual de las variables. 46
4.2.1. Imagen turística. 46
4.2.2. Fotografía. 46
4.2.3. Operacionalización de las variables. 47

Capítulo V

5. Marco metodológico de investigación. 50
5.1. Método y tipo de investigación. 50
5.2. Diseño de Investigación. 51
5.3. Población y muestra. 54
5.4. Técnicas e instrumentos para la investigación. 56
5.4.1. Diseño de las fichas de descripción fotográfica. 57
5.4.1.1. Ficha de descripción de material fotográfico. 57
5.4.1.2. Descripción de la ficha de descripción de material fotográfico. 58
5.4.1.3. Ficha de descripción de material fotográfico. 58
5.4.1.4. Diseño de la ficha descriptiva y de archivo de la tarjeta postal. 60
5.4.2. Ficha técnica de la fotografía. 60
5.4.2.1. Descripción de la ficha de descripción técnica de material fotográfico. 61

5.4.2.2. Elementos de la ficha de descripción técnica de material fotográfico. 61
5.4.2.3. Diseño de la ficha técnica de la fotografía de la tarjeta postal. 63
5.4.3. Ficha de valoración de la tarjeta postal y de respuesta a la imagen turística 63

Capítulo VI

6. Análisis de los resultados. 67
6.1. Análisis de la Imagen Turística de la ciudad de La Paz y el vínculo o brecha con la Fotografía de las tarjetas postales del año 2017, de la ciudad de La Paz. 67
6.2. Atributos y sitios turísticos de la ciudad de La Paz que forman parte de su imagen turística. 68
6.3. El mensaje fotográfico de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz. 71
6.4. Análisis del mensaje fotográfico de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz. 78
6.5. Identificamos elementos en las tarjetas postales fotográficas propios de la actividad turística de la ciudad de La Paz según los atributos que forman la imagen turística. 81
6.6. Títulos de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz. 81
6.7. Conclusiones y recomendaciones. 86
6.7.1. Conclusiones. 86
6.7.2. Recomendaciones. 91
7. Bibliografía empleada. 94
Anexos 96

Archivo de las 48 postales estudiadas más sus fichas descriptivas, material acompañante adjunto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: La imagen turística y la fotografía de las tarjetas postales en el año 2017, de la ciudad de La Paz. Tiene como objetivo describir y analizar el vínculo existente entre la imagen turística y las imágenes fotográficas que están impresas en las tarjetas postales y que muestran escenas de la ciudad de La Paz, en la construcción de la imagen turística son importantes los agentes que emiten las imágenes de la ciudad de La Paz por que forman parte de la construcción de la imagen turística. Las tarjetas postales constituyen un tipo de imagen turística emitida inducida que ayudan a construir la imagen turística de la ciudad de La Paz en el imaginario del mercado turística, así también resaltamos el valor documental de las tarjetas postales, valor histórico, valor turístico, valor social, valor antropológico entre otros y el valor fotográfico en especial por ser el lenguaje que transmite o contiene el mensaje o la información, la fotografía en las tarjetas postales son las que nutren de información a muestro estudio, para poder abordar el análisis de la fotografía de las tarjetas postales formulamos tres fichas, ficha descriptiva archivística, ficha técnica de la fotografía y una última ficha de vinculación con la imagen turística y los atributos generales de la imagen turística. Queremos resaltamos que estas fichas podrían ser aplicadas a otras ciudades o destinos turísticos y también a otras actividades turísticas con algunas modificaciones. En el análisis, por medio de las fichas de estudio, nos muestran que el vínculo es parcial y que existe una brecha bastante grande. Pero la fotografía de las tarjetas postales no es necesariamente mala en general, con algunas excepciones claro, si no que es incompleto en relación a los atributos generales de la imagen turística.

Palabras claves: Imagen turística, atributos turísticos, fotografía, tarjeta postal.

SUMMARY

The present research work entitled: The tourist image and the photography of the postcards in the year 2017, from the city of La Paz. It aims to describe and analyze the link between the tourist image and the photographic images that are printed on the postcards and show scenes from the city of La Paz, in the construction of the tourist image are important agents that emit the images from the city of La Paz because they are part of the construction of the tourist image. The postcards constitute a type of induced tourism image that help to build the tourist image of the city of La Paz in the imaginary of the tourist market, and we also highlight the documentary value of the postcards, historical value, tourist value, social value , anthropological value among others and the photographic value especially for being the language that transmits or contains the message or the information, the photography in the postcards are those that nourish of information to our study, to be able to approach the analysis of the photography of the postcards we formulate three cards, archival descriptive sheet, technical sheet of the photograph and a last tab of connection with the tourist image and the general attributes of the tourist image. We want to emphasize that these cards could be applied to other cities or tourist destinations and also to other tourist activities with some modifications. In the analysis, through the study cards, we show that the link is partial and that there is a fairly large gap. But the photography of the postcards is not necessarily bad in general, with some clear exceptions, if not that it is incomplete in relation to the general attributes of the tourist image.

Keywords: Tourist image, tourist attributes, photography, postcard.

CAPÍTULO I

3. Introducción al problema.

La imagen en principio, se puede entender de dos maneras, una imagen material y una imagen inmaterial, podríamos decir que el sentido de imagen inmaterial, en una expresión sencilla, es el reflejo de la luz que los objetos proyectan y que se pueden ver gracias al sentido de la vista que nos ayuda a percibir en la mente las formas de los objetos y sus colores, así también, podemos construir y crear imágenes en nuestras mentes sin que siquiera hubiéramos visto lo imaginado, imágenes instantáneas y/o como recuerdos en la mente, es decir imágenes que se desarrollan en la mente. Y en otro sentido esta la imagen como reproducción grafica en un sinfín de soportes que representa, para no olvidar, algo visto o imaginado, desde las pinturas rupestres, hasta las modernas impresiones en todo color. Entonces, desde un principio logramos reconocer dos tipos de imágenes, imágenes mentales inmateriales e imágenes materiales.

La imagen en el sentido material, como gráfico o representación de todas las formas imaginadas hasta ahora, ha sido de las más antiguas formas de intercambiar información o de transmitirla, a través de códigos, símbolos y otros, la imagen gráfica, hace nuestra comunicación oral más fluida y la complementa, en muchos casos la supera. Desde las pinturas rupestres hasta la fotografía digital la imagen gráfica ha tratado de representar la realidad y de transmitir mensajes.

Con la invención de la fotografía y su popularización la imagen gráfica entró en la vida diaria de todas las personas de manera muy íntima y también social, facilitó de gran manera la narración, acompañando al lenguaje escrito y hasta se podría decir que, superándola en algunos casos, las fotografías empezaron a formar parte de los archivos familiares tan íntimos y personales y también de archivos nacionales históricos, como es el caso del “Álbum de la Revolución; 128 años de Lucha por la Independencia de” de 1953 en Bolivia.

La fotografía se popularizó entre los turistas también, pues era de gran ayuda en la narración de las aventuras en los exóticos y lejanos países que se visitaran o de las aventuras que se vivieran a un bajo costo.

Además, la imagen puede tener también el sentido imaginario o mental, la imagen como ideas en la mente, recuerdos, conocimiento y sentimientos o emociones vividas por experiencias propias o no, pero que están presentes en la mente y construyen una imagen mental total, además que está en constante construcción por los elementos que día a día llegan y aportan esta construcción en la mente, consciente o inconscientemente, positivos y negativos.

La imagen turística como idea y concepto turístico tiene una gran complejidad en su construcción y por ende en su estudio, son varios los elementos que la componen y diferentes los agentes que se encargan de producir y difundir estos elementos para que el turista, en este caso en particular, construya en su mente una imagen turística de un lugar o de una actividad. Esta construcción de imagen turística de los lugares es modificada de manera permanente y más con las experiencias turísticas, teniendo como resultado una imagen modificada con dichas experiencias.

Por lo general el tema de la construcción de la imagen turística se toma en cuenta desde el punto de vista del turista, es decir desde el punto de vista de la percepción, en esta oportunidad es algo diferente, el tema se podría entender como una mirada de nosotros mismos, o por lo menos de cómo nos vemos a nosotros mismos los paceños a través de los lentes de los autores de las tarjetas postales fotográficas, es decir la imagen emitida. ¿Cuál es la imagen turística que nosotros tenemos de La Ciudad de La Paz? ¿Qué mensaje de imagen turística proyectan las postales a través de las fotografías? Existen muchas maneras de manifestar lo que pensamos de lo que es la ciudad de La Paz, pero, lo que pensamos de lo que es la ciudad de La Paz ¿es verdad?, o por lo menos ¿mostramos la realidad de la ciudad a través del lenguaje fotográfico de las tarjetas postales? O ¿es una mirada dirigida de los que pensamos que el turista busca?

Desde en un principio se debe considerar las características de la unidad de análisis, dadas sus características propias de las tarjetas postales fotográficas y principalmente la imagen, en este caso imagen fotográfica y el lenguaje fotográfico que le permite difundir,

propagar e intercambiar información, además también es importante el mensaje o título de la fotografía que la acompaña, este título por lo general dirige la mirada y la idea en la fotografía y de la tarjeta postal que esta principalmente dirigida al mercado turístico. Estamos hablando del análisis de las tarjetas postales fotográficas actuales en el año 2017 de la ciudad de La Paz y el vínculo que tienen con la imagen turística de la ciudad de La Paz, ¿El vínculo es positivo o por lo contrario distorsiona el sentido de la imagen turística?

La fotografía y el valor como fuente de información es de gran importancia y el mensaje que transmite más complejo de lo que se imagina, pues es seguro encontrar en la fotografía un mensaje denotativo y otro connotativo, y en esto, el autor de las tarjetas postales fotográficas es consciente o por lo menos es dueño de su mirada, que a través del lente de la cámara nos muestra cómo él ve su entorno.

Las tarjetas postales fotográficas es un agente importante e interesante en la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz, el análisis de estas tarjetas postales fotográficas nos mostrara la imagen turística desde el punto de vista de los emisores de imágenes turísticas, en este caso fotógrafos y editoriales principalmente, ¿Qué es lo que ellos, los autores de las fotografías de las tarjetas postales, quieren o piensan que el turista encontrara en la ciudad de La Paz?, ¿Qué es lo que debería buscar el turista con la mirada en la ciudad de La Paz de acuerdo con los fotógrafos y autores de las tarjetas postales?

Cuando hablamos de imagen turística, estamos seguros que hablamos de marketing o mercadeo, del marketing que está dirigido y aplicado al turismo y el éxito de los destinos turísticos y sus productos turísticos en el mercado turístico; también sabemos de la complejidad de la construcción de la imagen turística de un lugar en la mente de los turistas, porque son muchos los elementos que la construyen, y son muchos los agentes constructores y difusores de estos elementos, muchos de ellos imposibles de controlar, algunos elementos enteramente turísticos y otros con muy poca relación con el turismo pero aun así influyentes en la imagen turística.

3.1.**Delimitación.**

3.1.1. Delimitación geográfica.

El tema involucra a la ciudad de La Paz como sector de estudio, de donde tomaremos la información, a partir del cual analizaremos la imagen turística y su vínculo o relación con la fotografía representada en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz en el año 2017.

3.1.2. Delimitación del tema.

El tema corresponde al ámbito del marketing aplicado al turismo: a través de la investigación y análisis de la Imagen Turística.

La imagen turística ha venido siendo estudiada desde diferentes ámbitos de estudio, nosotros tenemos el interés de estudiar la imagen turística desde el ámbito de su construcción, específicamente estudiaremos la imagen turística emitida.

La unidad de análisis es la tarjeta postal fotográfica las cuales aún están vigentes como suvenires, principalmente, entonces, aún podemos afirmar que estos no han caído en desuso absoluto, porque claramente están a la venta en las áreas turísticas, museos y servicios de correos y es su posible adquisición y uso, además por sus características particulares, hacen que las tarjetas postales constituyan un documento pleno, porque es posible conocer el autor de la fotografía, la editorial, el año, el titulo entre otros datos importantes para considerar a las tarjetas postales como documentos bibliográficos.

1.1.3. Delimitación temporal.

Las tarjetas postales a tomarse en cuenta, ya que existen más de un tipo de tarjetas postales, serán las tarjetas postales turísticas que usen la fotografía como medio de representación de los atributos o valores turísticos que forman y construyen la imagen turística de la ciudad de La Paz.

Estas postales serán recolectadas en el año 2017 y estamos de acuerdo en que las postales deben de ser de ediciones actuales, porque es posible encontrar postales que fueron y son exitosas en sus ventas y que se siguen imprimiendo nuevas ediciones, aunque no la fotografía sea de años pasados. No necesariamente serán editadas en el año 2017.

1.2 . Identificación del problema.

En la construcción de la Imagen turística están presentes muchos agentes que influyen en esta construcción, muchos de ellos muy independientes unos de los otros y difícil de controlar, en este caso nos enfocamos a la imagen turística que es emitida por las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz que aportan elementos en la construcción de la imagen turística que se pretende emitir o tener.

Entonces, existe un vínculo entre la imagen turística emitida de la ciudad de La Paz y la imagen turística emitida por las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, cada una por su lado pretenden emitir la imagen turística apropiada o real de la ciudad de La Paz.

Entenderemos que las fotografías de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz intentan ser la representación más cercana a la realidad de lo que son los atractivos y los atributos turísticos de la ciudad de La Paz.

Según este discurso realista, el objeto de toda representación visual es cerrar la brecha entre la imagen y su referente. Se cree que el valor o utilidad de la imagen reside en su capacidad para representar o reproducir la imagen de un original (o sea de la realidad).[1]

El problema es la brecha que existe entre la imagen turística de la ciudad de La Paz y el mensaje de la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz, las ideas que existen entre la mirada de los atributos o valores turísticos y la propia mirada de la ciudad de La Paz plasmada a través del lente fotográfico en las tarjetas postales.

[1] Deborah Poole. (2000). visión, raza y modernidad. Lima: sur casa de estudios del socialismo.

Esta relación de miradas y de imágenes de un mismo lugar desde puntos de vista diferentes, pone en evidencia las diferentes perspectivas para la mirada de un mismo lugar o hecho; es ahí que surge la brecha: entre la imagen turística y la imagen de la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz. Por lo tanto, es muy importante analizarla y entenderla.

Las tarjetas postales fotografías de la ciudad de La Paz forman parte de los elementos que construyen la imagen turística de la ciudad de La Paz con interesantes características, a través del lenguaje fotográfico, una imagen emitida además inducida al consumo turístico y una mirada a través de la lente del fotógrafo.

La imagen turística de la ciudad de La Paz está analizada básicamente por la percepción y opinión de los turistas, las encuestas van dirigidas a ellos principalmente, quienes construyen en sus mentes la imagen turística que tienen de la ciudad de La Paz con diferentes elementos en el tiempo y de manera constante desde su perspectiva, pero ¿cuáles son los elementos, atributos o valores que forman esta imagen turística de la ciudad de La Paz?, también, la construcción de la imagen turística tiene otros elementos que la forman, además de la imagen turística percibida, entonces podemos decir que por otro lado la ciudad de la Paz también tiene diferentes agentes que emiten imágenes de La ciudad de La Paz para construir una imagen turística emitida de la ciudad de La Paz, más específicamente, imágenes emitidas inducidas para el consumo de la ciudad como destino turístico, uno de estos elementos son las tarjetas postales fotográficas que representan a la ciudad de La Paz, que desde la perspectiva del fotógrafo y la editorial tratan de emitir una imagen turística que podría, en ocasiones, ser muy diferente a la imagen turística que se pretende emitir o muy alejada de la realidad de la ciudad de La Paz, ahí la brecha, ahí el problema.

La imagen emitida resultante de las tarjetas postales fotográficas es una imagen análoga inducida de la realidad y la imagen turística es una imagen construida en la mente de las personas, su relación y su vínculo es la brecha que separa lo que ven de la ciudad de La

Paz de lo que quieren o como quieren que vean a la ciudad de La Paz a través de estas tarjetas postales.

Es decir, la imagen turística está construida por diferentes elementos que conforman esa idea de imagen turística en la mente de las personas. Por otra parte, la imagen turística en la mente de las personas va modificándose al añadir algún elemento nuevo de algún sitio o destino turístico en particular, durante el tiempo y de manera continua, de ese mismo modo la ciudad de La Paz tiene una imagen turística construida por un conjunto de características valoradas individuamente y colectivamente, y que también es una construcción continua.

De un modo similar, nuestra apreciación común sobre las cualidades formales de las fotografías, sugería algo en torno a las formas complejas en las cuales una estética visual europea ha establecido sus demandas en nuestras ideas –por otro lado- tan diferentes sobre lo bello y lo terrenal[2]

Existe una demanda no solo europea, principalmente, de ver lo "bonito" de Bolivia y de La Paz, ellos vienen con una imagen a *priori* de La Paz, y eso quieren ver, aunque esa imagen a *priori* no sea real la demanda exige y en ocasiones impone por diferentes medios esa imagen que quieren de La Paz, haciendo de esa manera que las ciudadanas y ciudadanos de La Paz miren o busquen con la mirada lo que en Europa es "bonito" y no lo que en La Paz es real y auténticamente paceño, por diferencias obviamente culturales, geográficos y otros.

La forma de mostrarnos ante los ojos de los visitantes y su expectativa de los que buscan ver, nos lleva a mostrar imágenes que podrían estar muy lejos de la realidad, brecha que se presenta en diferentes atractivos y destinos, aparentemente.

1.3. Preguntas de investigación.

¿Cuál es el vínculo o brecha entre la Imagen Turística y la fotografía de las tarjetas postales en el año 2017, de la ciudad de La Paz?

1.4.Objetivos.

[2] Deborah Poole. (2000). visión, raza y modernidad. Lima: sur casa de estudios del socialismo.

1.4.1. Objetivo general.

Analizar la Imagen Turística de la ciudad de La Paz y el vínculo o brecha con la Fotografía de las tarjetas postales del año 2017, de la ciudad de La Paz.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Describir la imagen turística de la ciudad de La Paz.
- Analizar la imagen turística de la ciudad de La Paz.
- Identificar atributos y sitios turísticos de la ciudad de La Paz que forman parte de su imagen turística.
- Describir el mensaje fotográfico de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz.
- Analizar el mensaje fotográfico de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz.
- Identificar elementos en las tarjetas postales fotográficas propios de la actividad turística de la ciudad de La Paz.

1.5.Justificación.

En el proceso de la construcción de la imagen turística muchos de los trabajos toman en cuenta el enfoque del visitante para determinar la imagen turística, pero en la construcción de la imagen turística también es importante tomar en cuenta la imagen emitida y la participación de los visitados, cómo es que quieren que los vean y entonces “emiten” una imagen, en este caso para la compleja construcción de una imagen turística, hablamos de la imagen emitida resultante de las tarjetas postales fotográficas en este caso.

El análisis de la fotografía en las tarjetas postales de la ciudad de La Paz frente a la imagen turística de la ciudad de La Paz determinará la brecha y sus características que las vinculan, conociendo dicha brecha podremos determinar cómo reducirla o eliminarla.

El lenguaje de la fotografía, la cual es utilizada en algunos tipos de tarjetas postales de la ciudad de La Paz, transmite una mirada a los visitantes, una auto mirada podríamos decir, esta mirada es importante estudiarla y analizarla, razón que también justifica la investigación.

El análisis de la fotografía de las tarjetas postales turísticas nos acerca a una realidad social plasmada implícitamente en la imagen fotográfica, como nos vemos, como nos quieren ver y como queremos que nos vean, identificaremos imágenes, signos y símbolos, se podrá realizar una lectura del lenguaje fotográfico de las tarjetas postales, esta lectura nos mostrara una realidad social en un instante del tiempo.

A partir de saber cómo nos vemos, cómo nos ven y cómo queremos que nos vean, se podrá plantear la relación, el vínculo y respectiva brecha, entre: la imagen emitida resultante de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz y la imagen turística de la ciudad de La Paz, para poder insertar nuevos elementos que reduzcan o eliminen dicha brecha.

La imagen emitida, es decir la fotografía en las tarjetas postales de la ciudad de La Paz, es una de las maneras en las que los paceños quieren que se los vean en relación a la mirada e imagen turística que la ciudad de La Paz tiene o por lo menos cree que tiene, una imagen que por lo general está construida por la mirada y opinión de los turistas, desde el punto de vista de su percepción. Obviamente para la emisión de una imagen turística de la ciudad de La Paz se toma en cuenta la opinión de los turistas, entonces podríamos decir que la imagen turística emitida también está desarrollada con la opinión de los turistas.

La fotografía es una muy buena fuente de información, sobre todo si lo relacionamos con la imagen turística, son muy pocos los estudios que tomen a la fotografía como fuente principal para la investigación en turismo, sin embargo, existe una tendencia a darle importancia a la fotografía más allá de los estudios antropológicos o históricos.

En este sentido, la presente investigación se orienta a llevar a cabo un análisis de la imagen turísticas desde el punto de vista de la fotografía como imagen emitida a través de las tarjetas postales, esto nos mostrara un enfoque diferente del estudio de la imagen turística, que muchas veces basan sus estudios en la opinión o enfoque o perspectiva del turista, ese enfoque que analiza la imagen percibida, nosotros analizaremos la imagen turística desde el punto de vista de la imagen emitida.

Además, el análisis de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz nos mostrara la imagen emitida que contribuye a la construcción de la imagen turística, tal análisis debe utilizar los medios adecuados para interpretar el lenguaje fotográfico y analizar las imágenes fotográficas.

Dentro de los tradicionales estudios sociológicos, históricos y antropológicos la fotografía, como documento de análisis social, es y ha sido poco valorada. Su uso es casi nulo en las investigaciones sociológicas, decorativo en los trabajos historiográficos e ilustrativo en los textos antropológicos. Tal hecho tiene que ver con dos anclajes: (1) el grafocentrismo –propio de la tradición positivista- entornillado en las ciencias sociales y prefijado por el *corpus* de conocimientos aceptados consensuadamente por la comunidad académica y (2) una suerte de incapacidad teórica y metodológica de antropólogos, sociólogos e historiadores para usar el documento Fontal fotográfico como elemento de análisis e interpretación del pasado (González Alcantud 1999, p. 52; Kosoy 2001). [3]

El análisis de la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz nos mostrará cuál y como es la dimensión de la brecha que existe en relación a la imagen turística de la ciudad de La Paz a través del lenguaje fotográfico. Análisis de este tipo, que centren la mirada en la fotografía como documento de investigación son muy pocas y escazas, también son escasos los estudios desde un enfoque turístico que tomen como objeto de estudio la imagen fotográfica y las tarjetas postales.

Por último, es importante reconocer el valor de las tarjetas postales fotográficas como documentos bibliográficos, tiene un valor de registro histórico fotográfico importante, también tienen un valor para la investigación social y artística entre otras características valorables, probablemente las tarjetas postales estudiadas sea de las últimos ejemplares que se editen, pues bien es sabido que hay caído en desuso y están en extinción.

[3] Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 13

Capitulo II

2. Marco contextual.

2.1. Aspecto geográfico.

Es importante definir el punto geográfico de la ciudad de La Paz, además también son importantes sus características topográficas y climatológicas.

Podemos empezar desde un contexto macro, La Paz se encuentra entre las montañas de la cordillera Real y el altiplano de Sudamérica, en el estado plurinacional de Bolivia, las

coordenadas son 16° 29′ 39″ S, 68° 8′ 51″ O, está por debajo de la línea del Ecuador, en el hemisferio sur en el trópico de capricornio, con una altura de alrededor de 3600 metros sobre el nivel del mar, la temperatura media anual es de 15 grados centígrados.

La ciudad de La Paz es una ciudad que se encuentra en uno de los muchos valles que existen entre las montañas de la Cordillera Real, específicamente en el altiplano del departamento de La Paz en Bolivia, muy cerca de la Serranía Murillo. La presencia de la montaña Illimani es permanente en el paisaje de la ciudad, paisaje que esta principalmente compuesta por las montañas, algunas con nieves permanentes, que rodean a La Paz, además se destacan también los edificios y la arquitectura que se ha ido adaptando a la caprichosa topografía.

La ciudad de La Paz está asentada en un punto geográfico clave para el desarrollo de la región, y eso no fue casualidad, pues las antiguas culturas que ya se venían desarrollando antes de la colonia ya dispusieron una ciudad en el valle de Chukiyawu Marka, nombre con el cual se conocía a la ciudad de La Paz, como punto de enlace entre las tierras sub tropicales de los Yungas, las tierras altas del Altiplano y las zonas próximas al lago Titicaca, entonces esta ciudad enlazaba diferentes pisos ecológicos y se convertiría en un importante centro de intercambio y enlace cultural, social, político y económico de esta región con gran influencia.

La ciudad de La Paz tiene una topografía singular, porque la ciudad está enclavada en un valle entre ríos y pendientes, el valle donde se asienta la ciudad desciende abruptamente desde los 4100 metros sobre el nivel del mar hasta los 3200 metros sobre el nivel del mar, muchas de las casas están construidas entre las pendientes donde los caminos suben serpenteando las dichas pendientes, estas casas en su mayoría están construidas en ladrillos de arcilla roja y por lo general sin revestimiento, dejando a la vista el color naranja rojizo de los ladrillos.

En el paisaje predominan las montañas, principalmente el nevado Illimani, el “Apu” centinela de la ciudad, con una altura máxima de 6462 metros sobre el nivel del mar, uno

de los seis miles más apreciado y respetado por los andinistas, también está dentro del paisaje de la ciudad de La Paz el nevado Mururata, otro de los nevados tutelares de los Andes, con 5860 metros sobre el nivel del mar de altura, es otra de las montañas apreciada por los montañistas, a continuación se puede apreciar el sector denominado Serranía Murillo y el nevado Huayna Potosí, con 6088 metros sobre el nivel del mar, uno de los seis miles más visitado por los turistas y montañistas, pues no requiere de gran técnica, es muy accesible de llegar, a media hora del Aeropuerto internacional de El Alto, cuenta con bastantes servicios en campo base y es la única montaña en Bolivia que tiene refugio en campamento alto, a 5130 metros de altura sobre el nivel del mar, casi la mitad de toda la cordillera Real se puede apreciar en el paisaje de la ciudad de La Paz.

Los bosques y vegetación son reducidas por la altura principalmente y el clima frio por la noche, se tiene el bosquecillo de Pura Pura como principal zona de bosque, la topografía tampoco facilita que se pueda tener muchos árboles dentro de la ciudad, las pendientes son muy pronunciadas, tanto que en muchos casos no soportarían un árbol grande de 10 metros de alto, las montañas circundantes están cubiertas por paja brava principalmente.

2.2.Contexto histórico cultural.

Una vez definido el punto geográfico será mucho más fácil entender de la historia de esta ciudad y la cultura que se desarrolló en esta urbe desde los tiempos inmemoriales.

Podemos destacar que el asentamiento humano en el valle de la ciudad de la Paz ya existía antes de la llegada de los europeos a este valle, es notoria la influencia de la cultura aimara en estos territorios, solo hay que notar que las montañas y los lugares aún conservan sus nombres tradicionales en idioma aimara.

La ciudad de Nuestra Señora de La Paz, fundada en 1548 por Alonso de Mendoza, tiene antecedentes en los anteriores asentamientos que ocurrieron en ella. El valle de Chuquiago, que describía el cronista Álvaro Alonso Barba en 1698 como `chacra´ o `heredad de oro´, fue escenario del desenvolvimiento de algunas culturas previas a la fundación urbana de La Paz de 1548. A breves rasgos se ha establecido que este valle estuvo sometido sucesivamente a la influencia de la primera cultura del lugar, la chiripa,

que surgió 1.200 años a.C en el altiplano en las islas y riberas del lago Titicaca (Ponce citado en Crespo, 1972: 63-64). Con posterioridad, los habitantes del valle recibieron la presión cultural y política de Tiwanaku (600 a.C. a 1150 d.C.) basada en la economía del cultivo de la papa, la fundición de minerales de cobre y la construcción de centros urbanos. Durante el periodo de los señoríos aymaras, su cabecera estaba situada en lo que fue territorio de los Pacajes (Escobari, 2012: 35; Saignes, 1985: 290). Escobari señala que hacia 1470 fue conquistada por el inca Túpac Inca Yupanqui. Su hijo Huayna Cápac instaló mitimaes procedentes del altiplano para explotar el oro que llevaba el río, misma que era uno de los sistemas de explotación del mencionado mineral antes de la fundación de la ciudad (Bedregal, 2013: 24). El río dividía el espacio en dos asentamientos urbanos que encontraron los españoles a su llegada: sus moradores obedecían a los caciques Quirquincha y Otorongo (Uturunqu) quienes controlaban de manera efectiva que no se robaran el oro (Escobari, 2012: 36). Notamos entonces que el lugar fue un enclave dedicado a la explotación aurífera. Podemos encontrar una breve mención del río en la crónica del franciscano Diego de Mendoza, cuando describe el convento de la Iglesia de San Francisco: El sitio es de los más sanos de la ciudad, a la ribera del rio, con una hermosa puente de cal y canto que hizo el convento para el paisaje y comunicación del pueblo, por estar retirado de él al sol (Mendoza, 1665: 48) (…) Su propio nombre antiguo… es Choque apu, que quiere decir rico señor de oro. Sácose mucho en lavaderos de sus ríos en tiempos de los reyes Incas (Ibíd.: 32). Las descripciones de la época relacionaban el nombre Choqueyapu –Chuquiabo o Chuquiapo como también aparece– con la existencia de oro en la zona y detallaban las labores mineras en el transcurso mismo del río. Éstos fueron motivos fundamentales para que la ciudad de La Paz se convirtiera en un centro aglutinador; lo mismo podríamos decir del río principal que lo atravesaba y era el aglutinador de las vertientes del valle donde se fundó la ciudad. Thierry Saignes (1985) anotaba ese carácter destacando la dualidad de la ciudad de La Paz desde una visión poblacional: por un lado, se encontraba la ciudad de Nuestra Señora de La Paz, con la fundación española en el llamado "barrio de españoles", y por el otro Chuquiago-marka, asentamiento predominantemente indígena y que era también conocido con el nombre de "barrio de indios", y cuya presencia fue anterior a la llegada de los europeos. El río separaba, pero a la vez concentraba a la población. El relacionamiento de ambos grupos se daba a través de puentes, mientras el río seguía ocupando una parte central.[4]

La ciudad de La Paz fue "fundada", para los españoles, un 20 de octubre el año 1548, pero el asentamiento humano en el Valle del rio Chuque yapu ya existía antes de la migración de los europeos a América, el Valle donde Alonzo de Mendoza fundo la ciudad colonial, ya se estableció un asentamiento humano hace mucho tiempo ante y tenía ya un

[4] -El río Choqueyapu y el alcantarillado de la ciudad de La Paz (1913-1977). Disponible en: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/hrch/n38/n38_a06.pdf

nombre, Chukiyawu Marka, así era como lo denominaron los antiguos pobladores, los antiguos pobladores sabían del punto estratégico geopolítico del valle donde se acento Chukiawu Marka, la proximidad a diferentes pisos ecológicos y muy diversos hicieron de este valle un lugar de paso, de intercambio, de descanso y de asentamientos importantes, un valle fértil, donde era posible aprovechar los ríos y fuentes naturales para tener una buena y diversificada cosecha, no solo proveía alimentación el Valle, sino también del altiplano, además de eso, era posible encontrar oro en el rio Choke Apu en la época en la que los incas llegaron a influir en este valle, un valle verdaderamente rico.

La ciudad de Nuestra Señora de La Paz fue fundada en el Valle de Chuquiago Marka por orden del Virrey y pacificador, Don Pedro de La Gasca el 20 de octubre de 1548. Alonso de Mendoza convocó a un cabildo en Laja y fundo la ciudad que fue trasladada tres días después al valle de Chuquiago Marka, a orillas del rio Choqueyapu.[5]

Transcurriendo los siglos, desde su fundación en 1548 por Alonso de Mendoza, la ciudad junto a otras capitales se suma a un aporte histórico y cultural inconmensurable a nuestra América morena. Es hoy la metrópolis andina de mayor expansión urbana; El Alto con más de un millón de habitantes y La Paz `hoyada´ de importante proporción geofísica y extravagante topografía; bordeando el altiplano, frío, rodeados de nevados por encima de 6.000 m, es sede por excelencia cosmopolita, hundida en la costra terrestre, como un manantial de ladrillos, adobes y cimientos descendiendo abruptamente de 4.100 hasta los 2.600 m.

La Paz ciudad radiante, llena de vida, es un cosmos amén de contrastes, no se la puede describir en pocas palabras; síntesis del mundo andino en una imagen sepia por su pasado y cromático por su modernidad y futurismo. Lo que esta ciudad simboliza en la memoria del visitante se traduce caminado calles coloniales del casco viejo. Cosmopolitismo, donde los emigrantes Aimaras conforman la mayor parte de la población. Rostros distintos, marcados por la diversidad cultural. Ahí están imaginadas varias ciudades en una. Un millón de indígenas; campesinos de todas las latitudes del país conviven en El Alto segunda ciudad con mayor población a 3.900 m de altitud. La geografía urbana fracturada, caótica con más de cien generaciones; entre forajidos, genios, héroes o simples transeúntes anónimos, crearon en un lugar excepcional…

…Nada nos puede dejar indiferentes; La Paz es la expresión genuina del encuentro entre civilizaciones, culturales y tradiciones. Los indígenas, mestizos y blancos viven bajo el mismo cielo, a la sombra de nevados reflejando diferentes matices sociales y visión, aunque no haya líneas divisorias cada quien transita lado a lado.[6]

---

[5] Guía Turística del Departamento de La Paz. La Paz-Bolivia: Dirección de Turismo.

[6] Mesili Alain. (2013). La Paz Entre Cielo y Tierra. La Paz: Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.

La población es principalmente aimara pero también existe la presencia de otras culturas como quechuas y afro-bolivianos, por ejemplo, además de la población mestiza y extranjera. De esa manera diferentes culturas forjaron el desarrollo de la ciudad de La Paz, Podemos mencionar también que las diferentes tendencias y modas influenciaron en los ciudadanos paceños y no paceños, desarrollando cultura y tradición paceña, arquitectura que marcaron épocas en la ciudad y moda en la vestimenta.

Entre los ciudadanos y entre las mujeres destacan las mujeres que visten el traje de chola paceña, porque en Bolivia no hay un solo tipo de chola, la chola paceña es singular en sus diferentes facetas, porque en la chola paceña parece no haber pasado la moda, o la moda de vestir esta conservada desde la colonia con diseños modernos, la pollera es sin lugar a dudas, destacada entre las mujeres de La Paz.

Queremos hacer notar también, que esa marcada distinción de barros que marco el rio Choque apu, entre el barrio español y el barro de indios aún es posible percibirla, existe una marcada diferencia entre los barrios que están asentadas en lo que en el pasado era el barro español y el barrio de indios, la arquitectura, el comercio, los festivales y otras características urbanas claramente diferentes entre ambos “barrios” en la actualidad.

Otro ejemplo de diversidad cultural, los mercados tradicionales, aunque los “tambos” (un tipo de mercado o alojamiento tradicional) ya va desapareciendo, aun los mercados tradicionales que provee los alimentos a la ciudad que se encuentra el en antiguo barrio indio en su mayoría, el comercio se centra también en este lado de la cuidad, a diferencia del otro lado de la ciudad que no tiene un espíritu comercial o que no practica las festividades o tradiciones andinas tal como lo hacen o de la manera en la que los del antiguo barrio indio lo hacen.

2.3.Aspecto social político.

Los ciudadanos paceños se caracterizan por su civismo, la ciudad al ser cede de gobierno, está adornada con muchas banderas nacionales en los diferentes edificios

gubernamentales, sindicales y representaciones extranjeras. En su mayoría los ciudadanos paceños se identifican como aimaras, pero la ciudad está llena de diferentes nacionalidades y culturas.

Al ser la ciudad de La Paz la capital política del país, los ciudadanos andan sumergidos en una atmosfera política densa, acompañado de las manifestaciones de protestas, marchas y "bloqueos" en medio de un tráfico caótico que más que bullicioso es estruendoso entre calles estrechas y que son muy pocas las avenidas, el paceño debe ser cortes, dentro un traje a la moda de "ciudadano universal".

Por principio el paceño es cortés y amable para ofrecer y pedir las cosas, "un cafecito", "un favorcito", diría un paceño y esto es parte también de las singulares palabras que usa el paceño.

En general el paceño es solidario, han vivido muchas experiencias malas las que les enseño que la solidaridad es un valor importante, desde dictaduras, desastres naturales y revoluciones, los paceños saben de solidaridad y civismo. Se podría decir que también es tolerante con los demás.

2.4.Contexto económico.

El contexto economía de la ciudad de La Paz es importante porque los turistas utilizan al factor económico como uno de los elementos principales para la decisión del tiempo de permanecía en una ciudad, si la oferta es a variada y a buen precio es posible que esto motive a los turistas a quedarse mucho más tiempo del que pensaban, además podemos mencionar la relación de tipos de cambio de la moneda extranjera, que es favorable para los turistas extranjeros.

La economía de la ciudad de La Paz a lo largo de su historia ha sido diversificada, al asentarse en un lugar estratégico, ha sido por excelencia lugar de comercio de productos de los Yungas de La Paz y la producción importante de coca, y el altiplano y la producción de papa y chuño, debemos mencionar también el lazo que representaba para las zonas del lago Titicaca.

Además, también debemos mencionar que existió un impulso económico después que la ciudad de La Paz llegara a convertirse en la sede de gobierno, centralizando el poder de la administración, esto le incluyó nuevos residentes a la ciudad, los representantes políticos de otros países, los cuerpos diplomáticos y los empleados públicos de las instituciones administrativas.

El turismo también hace importante aporte económico, la ciudad de La Paz es un apreciado punto base para visitar los atractivos circundantes o de la zona, además de contar con buenos servicios turísticos y con mucha diversidad de actividades turísticas.

Capítulo III

3. Marco teórico.

3.1. Antecedentes.

En el estudio del turismo y las otras disciplinas que lo acompañan, está presente un tema de mucho interés para las entidades públicas y privadas que están encargadas del desarrollo del turismo en sus regiones o jurisdicciones, nos referimos a la competitividad de los destinos turístico en el mercado turístico nacional e internacional, lo cual nos lleva a utilizar al marketing para posicionar destinos turísticos en los diferentes mercados turísticos, una marca y una imagen turística en las mentes de los potenciales turistas y los turistas.

Los destinos turísticos utilizan al marketing para tener un lugar conveniente en los mercados turísticos y posicionar una marca y una imagen turística, a través de estrategias de diseño de productos, de promoción o comunicación, de distribución y de ventas o

precios, y es en la primera variable, en el producto, donde se necesita identificar o construir la imagen de este producto en este caso la imagen turística del destino turístico.

La imagen turística ha venido siendo estudiada por la importancia que tiene en la competitividad de los destinos turísticos en el mercado turístico, se han hecho interesantes observaciones como las de Jean-Marie Miossec en "L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme" (La imagen turística como introducción a la geografía del turismo) o los aportes de Robert Govers, Frank M. Go y Kuldeep Kumar en "Promoting Tourism Destination Image" (Promoción de la Imagen de Destino de Turístico), este tema ha venido y aun viene siendo estudiado desde diferentes enfoque y con diferentes propósitos, podríamos mencionar por ejemplo los estudios de Asunción Beerli Palacio y Josefa D. Martín Santana en "El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos: Una revisión teórica", los estudios de Armando Azeglio y José Manoel Gandara en "El estudio de la imagen de los destinos turísticos", también podemos mencionar a Raquel Camprubí, Jaume Guia y Jordi Comas en "La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual".

También podemos mencionar estudios relacionados con la fotografía, la imagen turística y las tarjetas postales, los estudios de Vilma Leonora Santillán en "La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales" o los estudios de María Lopez Hurtado en "La tarjeta postal como documento. Propuesta de un sistema de análisis documental".

Esos pocos ejemplos nos muestran con mucha claridad que el tema de la imagen turística es posible abordarlo de muchas maneras, también nos muestran la existencia de un enfoque desde el punto de vista del proceso de formación de la imagen turística además de otro enfoque como es el de la evaluación de la imagen turística o medida de la imagen turística, entre otros.

3.2. Bases teóricas.

3.2.1. Imagen turística de la ciudad de La Paz.

La imagen turística de la ciudad de La Paz está conformada por determinados valores o atributos o características propias de una ciudad como La Paz, entre estos atributos podemos mencionar el clima, la geografía, la arquitectura, los habitantes, la gastronomía, lugares e interés históricos y naturales entre otros. Estos atributos van en el tiempo evolucionando, transformándose, construyéndose permanentemente en el tiempo.

La ciudad de La Paz ha forjado su imagen turística a través del tiempo y la historia, aunque son muchas las culturas que aportaron a la construcción de la ciudad, la población y la expresión cultural es principalmente Aimara, eso podrá explicar algunas cosas al turista que está de paso por la ciudad, también se debe mencionar que la ciudad de La Paz fue un centro urbano importante durante la colonización española, ambas culturas y otras más, se conjugaron en el tiempo y construyen la imagen turística que tiene La Paz, además de esos aspectos el entorno montañoso suma una característica importante en la imagen turística que tiene la ciudad de La Paz, también debemos mencionar la imagen de ciudad moderna que la ciudad tiene, por sus grandes edificios que se yerguen uno al lado del otro y de puentes y teleféricos.

También debemos mencionar a la cholita paceña, personaje muy paceño que los turistas identifican como una rasgo muy autóctono y exótico, importante como atractivo turístico.

La ciudad de La Paz es una de las ciudades más importantes de Bolivia y de la región, su gran singularidad hace de esta ciudad única y un destino turístico importante. Su posición geográfica es muy conveniente para visitar los sitios turísticos del departamento de

La Paz, conocida oficialmente como Nuestra Señora de La Paz, también llamada Chuqi Yapu (Chuquiago) en Aymara, es la sede del gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia. Con una población de 789.541 habitantes estimada en 2015, La Paz es la tercera ciudad más poblada (después de Santa Cruz de la Sierra y El Alto). Su área metropolitana, formada por La Paz, El Alto y Viacha, constituye el área urbana más poblada de Bolivia, con una población de 2,3 millones de habitantes. Es también la capital del Departamento de La Paz. La ciudad, ubicada en el centro-oeste de Bolivia, a 68 km al sureste del lago Titicaca, se encuentra en un cañón creado por el río Choque yapú y se asienta en una depresión rodeada por las altas montañas del altiplano. Con vistas a la ciudad se encuentra

el imponente triple-pico Illimani, que siempre está cubierto de nieve y se puede ver desde muchas partes de la ciudad. A una altura de aproximadamente 3.650 m (11.975 pies) sobre el nivel del mar, La Paz es la capital más alta del mundo. Debido a su altitud, La Paz tiene un inusual clima subtropical de las tierras altas, con veranos lluviosos e inviernos secos.

La Paz fue fundada el 20 de octubre de 1548 por el conquistador español Capitán Alonso de Mendoza en el sitio del asentamiento Inca de Laja como punto de conexión entre las rutas comerciales que llevaban de Potosí y Oruro a Lima; el nombre completo de la ciudad fue originalmente Nuestra Señora de La Paz en conmemoración de la restauración de la paz después de la insurrección de Gonzalo Pizarro y sus compañeros conquistadores contra el primer virrey del Perú. La ciudad fue trasladada más adelante a su localización actual en el valle de Chuquiago Marka. La Paz estaba originalmente bajo dominio español cuando pertenecía al Virreinato del Río de la Plata. Desde su fundación, la ciudad experimentó numerosas revueltas, siendo las más significativas en 1781, cuando el líder indígena y activista de independencia Túpac Katari sitió la ciudad por un total de seis meses y el 16 de julio de 1809 cuando el patriota boliviano Pedro Domingo Murillo encendió una revolución de la independencia que marca el principio de las guerras de la independencia americanas.
Como sede del gobierno de Bolivia, La Paz es el sitio del Palacio Quemado, el Palacio Presidencial y sede del poder ejecutivo boliviano, la Asamblea Legislativa Plurinacional y numerosos departamentos y agencias gubernamentales. Sucre sigue siendo, sin embargo, la capital constitucional de Bolivia y conserva el poder judicial. La ciudad también alberga numerosas embajadas extranjeras, así como misiones internacionales en el país. La Paz es un importante centro político, administrativo, económico y deportivo de Bolivia; fue responsable de generar el 25% del Producto Interno Bruto de Bolivia y sirve como sede de numerosas empresas e industrias bolivianas.

La Paz es también un importante centro cultural de Bolivia, ya que alberga varios monumentos pertenecientes a la época colonial, como la Iglesia de San Francisco, la Catedral Metropolitana, la Plaza Murillo y la calle Jaén. La ciudad también es famosa por sus mercados únicos, particularmente el mercado de brujas, y por su vibrante vida nocturna. Su inusual topografía ofrece vistas únicas de la ciudad y las montañas de la Cordillera Real desde numerosos puntos de observación natural. La Paz es también el hogar de la red de teleféricos urbanos más larga y más alta del mundo. En mayo de 2015, fue reconocido oficialmente como una de las ciudades de New7Wonders junto con Vigan, Doha, Durban, La Habana y Kuala Lumpur. La Paz aparece en el Global Cities Index 2015, y es considerada una ciudad global tipo "Gamma" por GaWC.[7]

Pero la historia de la ciudad de La Paz va más atrás del año 1548 d.c., la ciudad de La Paz ya existía antes de 1548 d.c. y se llamaba Chukiago Marca, eso solo como comentario,

[7] La Paz de facto capital city of Bolivia. Disponible en: https://cities.new7wonders.com/wonders/la-paz-bolivia/

pues el objetivo del trabajo no es describir la historia y la prehistoria de la ciudad de La Paz, pero estamos conscientes de esta.

En cuanto los estudios relacionados con la imagen turística de la ciudad de La Paz y sus atributos turísticos que resalten, los estudios son muy escasos si no inexistentes, si bien la ciudad de La Paz fue ganadora de la denominación de una de las 7 ciudades maravillas del mundo, esa denominación fue un triunfo realmente por votación, pero eso no quiere decir que la ciudad de La Paz no tenga una imagen turística, no tenerla es casi imposible, analizarla y descifrarla es lo complejo.

Existe la Agencia Municipal de Desarrollo Turístico La Paz Maravillosa, es la instancia del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz encargada de desarrollar y promover la actividad turística, esta agencia maneja siete "valores" los cuales nosotros los conocemos como atributos, los cuales son los que resaltan en la imagen turística, esos "valores" son; la gastronomía, la naturaleza, la cultura, la gente, topografía, su historia y su arquitectura, aunque para llegar a ellos no hay registro ningún estudio o análisis serio de la imagen turística de la ciudad de La Paz.

Otras instituciones públicas llamadas a encargarse del tema de la imagen turística de la ciudad de La Paz, como ser el viceministerio de turismo o la secretaria de turismo de la gobernación del departamento de La Paz tienen grandes problemas en la investigación o difusión de la información, asuntos como la acreditación de guías o las coyunturas o cambios de administración les hace más difícil encarar este tema. Además, que su jurisdicción no sólo es la ciudad de La Paz. Como ejemplo podemos mencionar la edición de un álbum fotográfico del departamento de La Paz, con imágenes turísticas, de la ciudad y de los atractivos turísticos del departamento, titulado "La Paz entre cielo y tierra" por Alain Mesili del año 2013, en resumen, imágenes fotográficas de muy mala calidad, información turística superficial, un desperdicio de una buena oportunidad para resaltar la imagen turística de La Paz como departamento y como ciudad, no tiene comparación con la calidad por ejemplo de la edición impulsada por emprendimientos privados como la edición de Tony Suarez y su libro "Illimani Santo", que le tomo 6 años de trabajo y que

demuestra que trabajando con las personas adecuadas se puede aportar a la construcción de la imagen turística de La Paz, aportes tan importantes y bien trabajados debemos resaltar.
También podemos mencionar trabajos y aportes literarios en relación a la imagen, en general, de la ciudad de La Paz, como el trabajo de Jaime Saenz y su libro "Imágenes Paceñas" del año 1980, con imágenes fotográficas Javier Molina, donde Jaime Saenz nos habla de lugares y personas de la ciudad de La Paz. Este libro nos recuerda y nos hace notar elementos que pueden ser aprovechados para la construcción de la imagen turística de La ciudad de La Paz.

Podemos también mencionar ediciones como "La Paz Nuestra de cada día" impulsada por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y Ciudad Viva, un trabajo que trata de describir a la ciudad de La Paz desde diferentes enfoque, geográficos, culturales, arquitectónicos y otro trabajo que ha sido analizado es el trabajo denominado "Ajayu" Miradas del Alma con el apoyo de la embajada de España y con fotografías de Gabriel Barcelo, ambos tienen una mirada muy superficial en nuestra opinión.

Nosotros queremos resaltar el trabajo de la fundación Cultural Torrico Zamudio por la edición del libro "La Paz" Memoria Fotográfica 1915 – 1940, un archivo fotográfico de mucho valor, cuyo autor interesantemente era denominado "El turista", Rodolfo Torrico Zamudio, entre sus muchas visitas a la ciudad de La Paz, él fue capaz de capturar imágenes desde una mirada "Turistica" por decirlo de alguna manera, y si comparamos esas miradas, Las de Jaime Saenz, las de Alain Mesili, las de Tony Suarez y las de Rodolfo Torrico, por mencionar algunas, comprenderemos lo complejo de la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz, pero también nos dan pautas y elementos de la imagen de La ciudad de La Paz en los que ellos coinciden.

3.2.2. La fotografía en la ciudad de La Paz.

No tardó mucho en llegar la fotografía a Bolivia. Como muchas otras cosas la fotografía ingresó al país por Perú, muchos de los fotógrafos bolivianos tuvieron escuela peruana y se comenzaron a instalar estudios en las ciudades principales de Bolivia, algunos como Luigi Doménico Gismondi, migraron de sus países de origen para asentarse en la ciudad de La Paz, también podemos destacar los estudios de Julio Cordero en la ciudad de La Paz por su

gran trabajo por ejemplo, también podemos mencionar a fotógrafos con gran importancia como Rodolfo Torrico el "turista", que no vivía en La Paz, pero frecuentemente viajaba a la ciudad de La Paz, él era de la ciudad de Cochabamba.

Hacia 1856 el nuevo sistema (fotográfico) se conoció también en Bolivia, si bien la sustitución se fue haciendo gradualmente. El procedimiento, aunque dispensara imágenes de menor calidad, ostentaba dos grandes ventajas sobre el daguerrotipo: el bajo costo y la posibilidad de obtener pluralidad de copias."[8]

Estadísticamente, La Paz, Sucre y Cochabamba fueron las ciudades que tenían mayor actividad fotográfica y donde, obviamente, los fotógrafos instalaban los estudios más suntuosos. Esos estudios contaban con cómodas instalaciones en las calles céntricas de las ciudades bolivianas, con salas de exposición, galerías de tomas de retratos y laboratorio.[9]

Desde la llegada de la fotografía a las ciudades más importantes de Bolivia, en ese entonces, la imagen fotográfica formó parte de la historia desde ese momento, desplazando a los dibujos o grabados en los documentos científicos, a lo largo de la historia de la ciudad de La Paz muchos fotógrafos dirigieron sus lentes a fotografiar a las personas y lugares de la ciudad y ahora cuyos archivos son de gran valor para la historia y memoria de la ciudad de La Paz, pero además formó parte de la historia de las familias, en archivos y álbumes de fotografías que formaban el registro de imágenes familiares, imágenes muy íntimas como bodas y cumpleaños por citar algunos ejemplos, invaluables imágenes fotográficas para las personas a quienes les pertenecían.

Fueron los hermanos Valdez, de los primeros fotógrafos que se asentaron en la ciudad de La Paz, de origen peruano, trajeron consigo las técnicas de la fotografía y montaron su estudio fotográfico, uno de los fotógrafos importantes como fue Julio Cordero aprendió fotografía en los estudios de fotografía de los hermanos Valdez.

3.2.3. La tarjeta postal fotográfica.

Daniel Buck refiere que la tarjeta postal fue creada a fines de 1860. Austria, Inglaterra, Suiza y los Estados Unidos claman la paternidad. Para 1890, la popularidad de

[8] Suárez S. Fernando. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. pág. 13
[9] Suárez S. Fernando. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. pág. 55

las tarjetas postales, se había diseminado por el mundo entero. En 1930, un periódico escocés sobriamente predijo que en 10 años "Europa estará sumergida en tarjetas postales". Al otro lado del Atlántico, la ciudad de Nueva York hacia también lo suyo. Para 1912, la metrópoli tenía 124 revendedores y vendedores mayoristas de tarjetas postales.

Como la mayoría de las innovaciones, las tarjetas postales no tuvieron aceptación inmediata. Las leyes de las oficinas de correo que permitían en envió de tarjetas postales sin sobre –por una cantidad mínima de dinero- horrorizaban a algunos. Richard Carline escribe las objeciones en su historia informativa, Picture in the Post (Fotos en el Correo). Muchos pensaron que "el cartero, sin mencionar la empleada, podrían leer su correspondencia". En 1890, un manual formal de ética advirtió: "No envíen correspondencia en tarjetas postales, es de preguntarse si el mensaje de una tarjeta postal tiene derecho a una respuesta de cortesía". El cartero tampoco estaba contento con las tarjetas –más correspondencia, más trabajo.[10]

La Tarjeta Postal, un recurso utilizado para la difusión de imágenes y mensajes, se convirtió muy rápidamente de interés público masivo, gracias a la nueva tecnología fotográfica y la posibilidad de miles de copias fotográficas de paisajes exóticos y lejanos, imágenes fotográficas de personas y culturas diferentes, en ese momento la comunicación por medio de la correspondencia cambio para siempre, desde ese momento el mensaje estaba casi obligado a tener un respaldo fotográfico para una descripción casi perfecta gracias a la incorporación del lenguaje fotográfico.

La edad de oro de las tarjetas postales con fotos se extendió desde el cambio del siglo hasta más o menos 1920, cuando los gustos de los consumidores cambiaron otra vez. Revistas fotográficas, tarjetas de saludo, radio y películas aparecieron dándole a la gente otra forma de gastar su dinero y estimular sus sentidos.[11]

Como mucha de las innovaciones, las tarjetas postales no tardaron mucho en llegar a Bolivia, entonces empezaron a circular imágenes fotográficas propias de Bolivia.

Sabemos que el fotógrafo peruano Max (Maximiliano) T. Vargas. (Arequipa, 1847-lima 1959), mentor y profesor de Martín Chambi –el más significativo fotógrafo de la primera mitad del siglo XX en el Perú- estuvo en La Paz a fines del siglo XIX y que subió al altiplano boliviano fotografiando gente y paisajes. Tomo una gran cantidad de

[10]Fernando Suárez Saavedra. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. Pág. 80

[11]Fernando Suárez Saavedra. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. Pág. 80

fotografías y antes de terminar el siglo XIX publicó fototipos en formato de tarjetas postales con la inscripción "Edición propia e Max T. Vargas, Arequipa & La Paz.[12]

A pesar de que ninguna figura postal está disponible para Bolivia, los matasellos de estas tarjetas reliquias, indican que, para principios de 1900, la nación boliviana también entró en la manía de las tarjetas postales.

Las tarjetas postales de esa época son una incomparable fuente de imágenes, por ejemplo, señoras del mercado de Oruro, bailarines macheteros contorneándose en Trinidad, paceños de clase alta paseando una tarde de domingo, carretas de minerales llegando a quechisla, indígenas del Gran Chaco cautelosamente mirando la cámara, caravanas de llamas con carga a través del Altiplano, turistas visitando Tiwanaku, sikuris y tamboreros italaqueños bailando en Copacabana, cholitas elegantes posando en La Paz, carrozas jaladas por mulas a través de paisajes montañosos y mineros en la cima del Chorolque.[13]

Esto representó un gran paso con características turísticas, aunque no lo supieran, los precursores de las tarjetas postales fotográficas empezaron a impulsar el turismo en Bolivia gracias a la difusión, con alcance universal, de imágenes turísticas bolivianas en la escena de las tarjetas postales, las tarjetas postales fotográficas completaban el mensaje y la descripción de los lugares visitados.

Las fotos en la mayoría de las tarjetas bolivianas de la época, muestran topografía urbana (edificios, calles y plazas), el lago Titicaca, Tiwanaku, minas y mineros, paisajes (montañas y valles), fiestas (música folclórica y conjunto de danzas), indígenas y gente del pueblo (mayormente cholos y cholas) –en otras palabras, escenas bonitas y gente exótica. A no ser de que hubieran sido parte de una foto, de una calle o plaza, los bolivianos de clase alta o media no eran comúnmente representados. Los fotógrafos conocían indudablemente su mercado. [14]

En ese momento la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz recibía un gran aporte por medio de la imagen fotográfica.

Fueron muchos los fotógrafos que incursionaron en la producción de las tarjetas postales fotográficas, y los pocos que tenían un estudio propio tenían al alcance de sus manos la posibilidad de imprimir sus propias tarjetas postales, además que podían realizar fotografías en estudio para utilizarlas en tarjetas postales, dándoles ventajas sobre los

---

[12]Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 21

[13]Fernando Suárez Saavedra. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. Pág. 80

[14]Fernando Suárez Saavedra. (2011).Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. Pág. 80

fotógrafos que no tenían un propio estudio fotográfico, condición que se compensaría con la creatividad y el análisis de lo que las personas querían.

Buck subraya que las tarjetas postales fueron definitivamente una forma de entretenimiento, tanto como para el que enviaba como para el que recibía. Entre los principales empresarios de tarjetas a principios del 1900, estuvieron: Luis D. Gismondi, José N. Piérola, Luis J., de Notta, los hermanos Arnó, Biggemann y Compañía, los hermanos Palza, Gonzáles y Medina, Emilio Amarós, Guillermo Schnorr, Victor CVrespo y Rodolfo Torrico Zamudio. Los comerciantes de tarjetas postales eran muchas veces librerías y vendedores de suministros de papelería fotográfico. Algunos sólo publican las tarjetas, comprando las imágenes de fotógrafos. Otros, como Pérola y Gismondi, que tenían estudios en La Paz, combinaban sus habilidades fotográficas con publicación de tarjetas postales. Se puede identificar a un Piérola con sus dedos, puesto que su firma está estampada en alto relieve en una esquina de la fotografía. Piérola se especializó en verdaderas fotografías en lugar de copias impresas, gracias a nuevas cámaras y maquinas reveladoras introducidas en 1902 por la Compañía Eastman Kodak. Tarjetas de fotos reales tenían otra ventaja, puesto que el fotógrafo las podía reproducir el mismo, sin tener que recurrir a compañías impresoras de otros países”[15]

De estos fotógrafos precursores de las tarjetas postales fotográficas del Bolivia podemos destacar a Rodolfo Torrico Zamudio, sobrino de Adela Zamudio, de origen cochabambino y envuelto en una atmosfera artística, experimentó con la fotografía desde el punto de vista del viajero, apodado como “el turista”, es reconocido por sus viajes a diferentes lugares de Bolivia con la cámara al hombro y acompañado por su fiel perro, visito la ciudad de La Paz más de una vez, realizando estupendas fotografías de la ciudad de La Paz desde un punto de vista turístico alimentando la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz.

Rodolfo Torrico Zamudio es quizás el más importante fotógrafo de Cochabamba de la primera mitad del siglo XX. Importa detenerse en este artista ya que se trata, además, de uno de los más importantes fotógrafos bolivianos. Nacido en Cochabamba el 20 de agosto de 1890.

Su apelativo de Turista, que debió llevar con jactancia, era solo la mirada de los que creían que su ir de un lado a otro era una actividad recreativa. Turista es el que llega a un lugar y transcurre en él por distracción recreo. Nada más alejado para describir a este andariego artista de la fotografía, llamado por Adela Zamudio, el “viajero solitario. [16]

---

[15] Suárez S. Fernando. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. pág. 81

[16] Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 31.

Pocos paisajes de nuestra amplia y única geografía escaparon al personal lente de Torrico Zamudio. Tampoco relego a gentes, personajes o eventos. Captó las ciudades bolivianas cuando los aires de la Modernidad la estremecían: ferrocarriles que vencían montañas: aviones que rascaban el cielo: electricidad iluminando ciudades y moviendo tranvías; automóviles que llenaban calles y espantaban caballos. Asistió a la Guerra del Chaco, tanto como soldado, como testimonialista; legándonos valioso documento.[17]

Además, debemos recordar que en principio era un recurso utilizado solo en la correspondencia porque gracias a la imagen fotográfica que portaba la tarjeta postal era más detallada la descripción de los lugares de origen de estas tarjetas por medio del lenguaje fotográfico.

Ahora se puede decir que el uso de las tarjetas postales sea diversificado y expandido a diferentes rubros, ya no solo en el ámbito turístico sino también en rubros como el arte y la publicidad.

Se ha llegado a la conclusión que las tarjetas postales, son piezas de diseño dirigido a un determinado target definido por el editor. Para ello el editor deberá tener en cuenta la gráfica, el lenguaje que utilice en el discurso y sobre todo la temática y los códigos que posea la comunicación de ese mensaje implícito en la imagen.[18]

3.3. Definiciones conceptuales.

3.3.1. Imagen Turística.

3.3.1.1. Imagen.

Sera importante primero hablar de la imagen y las ideas que la forman, la imagen, como tal, en principio podríamos establecer dos sentidos, uno de la imagen mental o inmaterial y otra como imagen gráfica o materia.

Primero hablaremos de la imagen en el sentido material, imágenes que se pueden percibir por medio del sentido de la vista, imágenes que están plasmadas en algún tipo de soporte, desde los más primitivos como las pinturas rupestres, pasando por los grabados de los libros de la época de la ilustración hasta la fotografía digital e impresoras de gran

[17]Torrico Z. Rodolfo (2013). La Paz, Memoria Fotográfica 1915-1940., Cochabamba: Fundación Cultural Torrico Zamudio.
[18]Tipología de las tarjetas postales, (2014). Consulta 05 Nov. 14 de 2017, disponible en: http://slideplayer.es/slide/1517231/

calidad, en todos los casos tienen en común perdurar en el tiempo un momento de la realidad o una idea transmitiendo el mensaje a través de los gráficos a veces apoyados por el lenguaje escrito. La lectura o interpretación de las imágenes materiales o graficas es proporcional al conocimiento de la persona que ve y mira, es una de las razones por las que muchas veces las imágenes materiales están apoyadas por el lenguaje escrito.

En segundo lugar, podríamos hablar de la imagen en el sentido inmaterial, la imagen que se construye en la mente de las personas a base de conocimientos adquiridos, experiencias, imaginación e ideas, estas imágenes que se construyen en la mente de las personas desde que nacen, en la construcción de este tipo de imagen, además de lo que se ve mira y observa, las emociones y sentimiento forman gran parte de la imagen inmaterial. Además, la imagen inmaterial está en continua construcción y cambio, la imagen que se tiene de algo podría cambiar muy rápidamente por algún incidente de positivo a negativo o viceversa de negativo a positivo. También los sonidos olores son parte de la construcción de la imagen inmaterial, en la construcción de esa imagen que existe en nuestras mentes, tan solo al escuchar una canción o un sonido puede venir los recuerdos y manifestarse imágenes en nuestras mentes, o podemos imaginar al escuchar una sirena, por ejemplo, de pronto asociamos el sonido con una ambulancia.

La comprensión de la imagen inmaterial, de esa imagen que se desarrolla en la mente es más fácil de entender que de explicar, porque todos tienen imágenes en sus mentes de recuerdos y conocimientos.

De acuerdo con una antigua etimología, la palabra imagen tendría que estar relacionada con la raíz de *imitari*. Esto nos sitúa de inmediato en el centro del más importante de los problemas que se le puedan plantear a la semiología de la imagen: la representación analógica (la "copia") ¿sería capaz de producir verdaderos sistemas de signos y no solamente simples aglutinaciones de símbolos? ¿Acaso es concebible un "código" analógico –y no ya digital-? Ya sabemos que los lingüistas sitúan fuera del lenguaje a las comunicaciones basadas en la analogía, desde el "lenguaje" de las abejas al "lenguaje" por medio de gestos, ya que estos tipos de comunicación no están sujetos a la doble articulación, es decir, basados, en definitiva, en una combinatoria de unidades digitales, como es el caso de los fonemas. No son los lingüistas los únicos que desconfían de la naturaleza lingüística de la imagen; también la opinión común considera vagamente a la imagen como un reducto de resistencia al sentido, en nombre de cierta idea mítica de la Vida: la imagen es una re-presentación, es decir, en definitiva, resurrección, y ya se sabe que lo inteligible tiene fama de ser "antipático" con respecto a lo vivido. Así pues, la

analogía está considerada, por ambos bandos, como un sentido limitado: unos piensan que la imagen es un sistema muy rudimentario en comparación con la lengua, y otros piensan que la significación no es capaz de agotar la inefable riqueza de la imagen. Ahora bien, incluso si consideramos a la imagen, en cierto modo, como límite del sentido, y precisamente por esa razón, ésta nos permite remontarnos hasta autentica ontología de la significación. ¿Cómo entra el sentido en la imagen? ¿Dónde acaba ese sentido? Y si acaba ¿qué hay más allá? Esta es la pregunta que aquí querríamos de los mensajes que puede contener. Al principio nos concederemos algunas ventajas –incluso considerables-: no estudiaremos más que la imagen publicitaria. ¿Por qué? Porque en la publicidad la significación de la imagen es con toda seguridad intencional: determinados atributos del producto forman a priori los significados del mensaje publicitario, y esos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, tenemos la certeza de que su mejor lectura: la imagen publicitaria es franca o, por lo menos, enfática.[19]

Entre ver y mirar existe una clara diferencia, el mirar va más allá del simple hecho de percibir imágenes con el sentido de la vista, que es el ver, mirar implica la comprensión de la imagen para una interpretación en la mente del que mira.

3.3.1.2. Imagen Turística.

La idea de Imagen turística, es eso, una idea en la mente del turista, una idea o ideas, es conocimiento previo y/o posterior, una imagen en la mente antes y después de la experiencia turística. Una expectativa, una realidad y una imagen modificada en el tiempo. Una construcción de ideas en la mente del turista con diferentes agentes que influyen, que no se detienen y que modifican cada día, cada minuto, cada segundo, la imagen turística de la experiencia turística en la mente de los turistas.

La imagen turística podríamos situarla en el tipo de imagen inmaterial porque está se desarrolla en la mente de las personas, la imagen turística puede ser de un lugar o de una actividad.

Desde los años 70, un gran número de estudios han intentado conceptualizar y delimitar el concepto de imagen turística (p. Ej. Balogly y McCleary, 1999; Cromton, 1978; Gunn, 1972; Telisman-Kosuta, 1989). Concretamente, Gallarza, Gil y Calderón (2002) han desarrollado una completa revisión de la literatura en el cual han detectado la

[19] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

existencia de siete ámbitos de estudio de la imagen turística: (a) conceptualización y dimensiones; (b) proceso de formación de la imagen turística; (c) evaluación y medida de la imagen turística; (d) influencia de la distancia en la imagen turística; (e) cambios de la imagen producidos por el paso del tiempo; (f) rol activo y pasivo de los residentes en el estudio de la imagen turística; (g) políticas de gestión de la imagen turística. A partir de esta revisión los autores proponen un modelo en el cual la imagen turística es vista como un elemento complejo, de carácter multidimensional, que se plantea como una herramienta estratégica y una variable táctica. En el mismo año, Pike (2002) revisa un total de 142 artículos que comprenden las investigaciones en imagen turística entre los años 1973 y 2000. El autor plantea este artículo como una guía que resume las principales características sobre la investigación en imagen turística y destaca la necesidad de los destinos turísticos en desarrollar imágenes favorables. Más recientemente, Tasci et al. (2007) han desarrollado un completo estado del arte sobre la investigación relativa a la imagen turística, destacando especialmente la complejidad en la cual está sometido el estudio de la imagen turística a consecuencia de la gran cantidad de perspectivas y definiciones atribuidas a este concepto.[20]

Como hemos visto, la imagen turística ha venido siento estudiada desde diferentes ámbitos de estudio, tenemos el interés de estudiar la imagen turística desde el ámbito de su construcción, específicamente la imagen turística emitida. Tomaremos en cuenta la evaluación y medida de la imagen turística, pero sin profundizar en el tema específico, pues nos interesa más el análisis de la imagen emitida en esta oportunidad. En la construcción de la imagen turística existen muchos elementos que aportan su construcción y son modificados continuamente, esta construcción es muy parecida a la construcción de la imagen corporativa, esta comparación nos ayudara a comprender la imagen turística con mayor precisión.

Podemos decir que la imagen corporativa surge de los contactos personales tales como ventas, servicios, correspondencia, contactos por teléfono, etc., y también a través de los medios de comunicación verbal, de la publicidad e información de las experiencias directas con los productos o servicios de la compañía y de la manera de enfrentar los negocios, en cuanto a precios, entregas, confiabilidad, integridad y la flexibilidad con los clientes[21]

En la construcción de la imagen turística pasa algo muy parecido a la imagen corporativa, existen elementos que se van sumando con el tiempo, esos elementos de lugares o actividades turísticas que los caracterizan.

---

[20] La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Consulta 25 oct. 2014. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf

[21] Ghaddra M. Gonzales. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa., La Habana: Editorial Pablo de la Torriente. Pág. 44

Si estamos de acuerdo en que esos elementos se van sumando permanentemente en el tiempo desde que podemos recordar, eso nos da una primera pauta, la imagen turística cambiará en el futuro, que existirá una imagen turística modificada y por consecuencia una imagen turística previa y en medio de estas dos imágenes existe una imagen turística instantánea, es decir la experiencia turística en el momento, una imagen que se desarrolla en el lugar o en el la actividad turística.

La imagen corporativa es la totalidad de las situaciones o ideas sobre la reputación de una empresa. Constituye un fenómeno de opinión pública, como resultado de la apreciación que la gente tiene acerca de una compañía y de la información que fue acumulada a través del tiempo. Es el resultado de todas aquellas experiencias, impresiones, creencias y sentimientos que poseen las personas sobre una empresa.[22]

Hay quienes confunden el término imagen corporativa con identidad corporativa. La identidad corporativa es sinónimo del término inglés "estilo de casa", el cual se expresa a través de un grupo de principios coherentes que gobiernan el diseño de una empresa, mientras que la imagen corporativa es el efecto acumulativo de estos principios en un lapso determinado, los cuales permiten al público identificar una organización o empresa, institución, autoridad o asociación frente a los distintos medios[23]

"La imagen corporativa es útil para forjar un enlace entre productos, servicios y actividades, ya que elabora un medio de reconocimiento, un buen nombre, y acumula los beneficios individuales de las actividades prestadas"[24]

Es importante detenernos un momento en esta distinción y no confundir estos dos conceptos, identidad corporativa e imagen corporativa, la imagen corporativa está en continua acumulación y con posibles variaciones de lo positivo a lo negativo, en este sentido los agentes que influyen en la construcción de la imagen turística son muy importantes.

En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo que la imagen turística es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano frente a factores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias que el turista tiene sobre un destino turístico determinado (Choi, Chan y Wu, 1999; Crompton 1979; Fakeye y Crompton 1991; Galí y Donaire, 2005; Kotler, Heider y Rein 1994; Lawson y

[22] Ghaddra M. Gonzales. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa., La Habana: Editorial Pablo de la Torriente. Pág. 46
[23] Ghaddra M. Gonzales. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa., La Habana: Editorial Pablo de la Torriente. Pág. 46
[24] Ghaddra M. Gonzales. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa., La Habana: Editorial Pablo de la Torriente. Pág. 44

Bond_Bovy 1977; Sonmez y Sirakaya, 2002; Tapachai y Waryszak, 2000). Cabe destacar la aportación del Baloglu y MCleary (1999) en la cual determinan que la imagen turística está constituida por un componente cognitivo/perceptivo, vinculado a los elementos tangibles del destino, y un componente afectivo, relacionado con los sentimientos que evoca el destino. De modo que ambos componentes son los que contribuyen a la formación de la imagen turística total.[25]

Además, varios autores reconocen la distinción entre dos tipos de imágenes turísticas: las imágenes turísticas percibidas y las imágenes turísticas emitidas.

Estamos de acuerdo que, en la construcción de la imagen turística, existen varios elementos que ayudan en esta construcción porque existen diferentes tipos de imágenes turísticas y que también existen elementos afectivos y geográficos que influyen en la construcción de la imagen turística en la mente del turista, así también elementos históricos, por otro lado, también debemos mencionar a los agentes que son los encargados de la difusión de estos elementos, de la imagen turística inducida. La fotografía es utilizada por algunos de estos agentes para la difusión de imágenes destinados a los turistas en este caso específico, las tarjetas postales fotográficas.

Entonces podemos decir de la descomposición de esta imagen turística en imagen turística emitida e imagen turística percibida para un mejor análisis.

3.3.1.3. Imagen percibida.

Las imágenes turísticas percibidas son imágenes creadas en la mente del individuo, hecho que implica un fuerte nivel de subjetividad. Galí y Donaire (2005) ditinguen entre las imágenes percibidas a *priori, in situ* y a *posteriori*. Las imágenes percibidas a *priori* son la construcción mental del individuo antes de visitar el destino; las imágenes percibidas *in situ* son el resultado de una evaluación de la realidad durante la visita; y finalmente, las imágenes percibidas a *posteriori* implican la reinterpretación de la experiencia vivida en el destino una vez el turista ha regresado a su lugar de residencia.[26]

---

[25] La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Consulta 25 oct. 2017. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf

[26] La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Consulta 25 oct. 2017. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf

Esta imagen percibida se desarrolla continuamente en el tiempo en la mente del turista, en la cual es muy importante tomar en cuenta el entorno del cual el turista es habitante, y eso nos dará unas pautas de lo que quieren ver.

3.3.1.4. Imagen emitida.

Por el contrario las imágenes turísticas emitidas consisten en "una reproducción de signos con significado que ha estado socialmente construida y diseminada" (Galí y Donaire, 2005). Miosssec (1997) distingue entre tres tipos de imágenes emitidas: las imágenes universales, efímeras e inducidas. Las imágenes universales son aquellas que han evolucionado a lo largo de la historia, y habitualmente han sido modeladas con fuerte arquetipos que se han aceptado en el imaginario colectivo; las imágenes efímeras son el resultado de una reinterpretación de la realidad por los medios de comunicación, la literatura, el arte, la música el cine, etc. Generalmente, estas imágenes son olvidadas, pero algunas veces acaban formando parte del imaginario colectivo adhiriéndose a las imágenes universales. Finalmente, las imágenes inducidas, en las cuales nos centramos a lo largo de todo el presente artículo, son aquellas que del marketing (edición de folletos, páginas web, relaciones públicas, etc.) por parte de los promotores turísticos del destino o tour operadores con el objetivo de influir sobre el proceso de decisión del turista en la selección del destino para pasar sus vacaciones.
De hecho, las imágenes inducidas, si han sido bien transmitidas y correctamente percibidas por parte del turista, jugaran también un papel importante en la percepción *in situ* y a *posteriori.* Precisamente las fotografías tienen la función de capturar el momento vivido por el turista (Galí y Donaire, 2055), frecuentemente al lado de los grandes iconos del destino visitado que han sido extensamente resaltados en la promoción realizada, de modo que estas fotografías significan una reafirmación de la experiencia vivida para ser mostrada ante los demás (Suvantola, 2002) y el resultado material de la imagen a *posteriori* del destino.[27]

Es importante resaltar que la imagen histórica o universal está marcada por la relación intercultural en el tiempo, en la que las imágenes de las culturas y las naciones se interrelacionan, todos los lugares geográficos proyectan sus características con imágenes para el resto del mundo de manera voluntaria e involuntaria.

[27] La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Consulta 25 oct. 2017. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf

3.3.2. La fotografía.

"Fotografía. (De foto- y grafía) f. Arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara obscura."[28]

La fotografía, dibujar con la luz, es una técnica que se descubrió o invento alrededor de los años 1820, en Francia, muchos fueron los intentos en su descubrimiento y también las mejoras y su popularización luego que el estado francés comprara los derechos y lo hiciera público, el principio es simple, una caja obscura, en el frente un orificio pequeño que permitirá entrar a la luz y en el lado opuesto interior un soporte, por lo general papel bañado con químicos que serán afectados por la luz y será plasmada la imagen que se proyecta en esté, claro que el principio aún se mantiene aunque ya el papel y los químicos fueron remplazados por sensores digitales.

Conviene recordar que fue un francés, Nicéphore Niepce (1769-1833) quien inventó la fotografía en 1822, aunque le correspondió al pintor Daguerre el mérito de haber perfeccionado el procedimiento descubierto por Niepce hasta el punto de volverlo accesible para todos. El estado francés, luego de adquirir los derechos, dio publicidad al procedimiento en agosto de 1839, dejando libre la iniciativa de quien quisiera explotarlo.[29]

La fotografía representa la segunda etapa en la evolución. La imagen en negativo, fijada sobre un soporte o placa –primero de vidrio, luego de acetato o similares y más tarde sobre película-, se imprime en positivo sobre papel, lo que permite obtener cuantas copias se deseen.

El concepto de negativo-positivo se ha mantenido hasta nuestros días, aunque se hayan modificado las condiciones técnicas.[30]

La fotografía ha sido utilizada con múltiples propósitos desde su creación, propósitos artísticos, comerciales, documentales, históricos, etc., remplazo a los grabados en los libros y formuló su propio lenguaje. La fotografía refleja un instante de la realidad casi

[28] Real academia española, (1970). Diccionario de la Lengua española. Madrid.
[29] Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 18.
[30] Suárez S. Fernando. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG. pág. 13

perfectamente, es decir que tiene limitaciones de tiempo y espacio, aun así, la fotografía es casi una analogía perfecta de la realidad y casi se podría decir que su mensaje es claro y sin distorsión, sin embargo, existen muchos elementos y condiciones que influyen en la lectura del mensaje de la fotografía o en el mensaje que quiso expresar el fotógrafo.

> ¿Cuál es el contenido del mensaje fotográfico? ¿Qué es lo que transmite la fotografía? Por definición, la escena en sí misma, lo real literal. Hay, ciertamente, una reducción al pasar del objeto a su imagen: de proporción, de perspectiva y de color. Pero en ningún momento esa reducción llega a ser una *transformación* (en el sentido matemático del término), para pasar de lo real a su fotografía, no hace ninguna falta segmentar lo real en unidades y constituir estas unidades en signos sustancialmente diferentes al objeto que permiten leer: entre el objeto y su imagen no es en absoluto necesario disponer de un "relevo", es decir, de un código. Claro que la imagen nos es real, pero, al menos, es el *analogon* perfecto de la realidad, y precisamente esta perfección analógica es lo que define la fotografía delante del sentido común. Y así queda revelado el particular estatuto de la imagen fotográfica: es un mensaje sin código. De esta proposición se hace imprescindible deducir de inmediato un corolario importante: el mensaje fotográfico es un mensaje continuo.[31]

La fotografía por sí sola representa un lenguaje y no necesita ser decodificada, describirla sería casi imposible, y podríamos pensar que su mensaje es muy claro, pero debemos tomar en cuenta diferentes elementos y factores que dirigen el mensaje o la mirada, además la posición del observador y su subconsciente intervendrán en la conclusión de la lectura de la fotografía.

3.3.2.1. El título o titular.

Uno de los elementos que dirigen el mensaje y lo connota es el "título o titular" de la fotografía, porque esta está redactada, claramente con la intención de decirle al lector de la fotografía, cual es la idea de la fotografía y su mensaje, hecha por el fotógrafo autor o el editor, además la escritura está complementando el mensaje y dirigiéndolo y estamos hablando de la combinación de dos lenguajes, uno de estos con una gran limitación cultural, la escritura, sin embargo con tal poder de distorsionar la verdadera lectura de la fotografía.

---

[31] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. pág. 13

Estos son los principales procedimientos de connotación de la imagen fotográfica (se trata de técnicas, repito, no de unidades). De una manera constante, se les podría añadir el texto mismo que acompaña a la fotografía de prensa. Sobre este particular hay que hacer tres observaciones.

La primera es ésta: el texto constituye un mensaje parasito, destinado a comentar la imagen, es decir, a "insuflar" en ella uno o varios significados segundos. Dicho en otras palabras, y con una inversión histórica importante, la imagen ya no ilustra a la palabra; es la palabra la que se convierte, estructuralmente, en parasito de la imagen; esta inversión tiene un precio: era costumbre, en la "ilustración", que la imagen funcionara como un retorno episódico a la denotación, a partir de un mensaje principal (el texto) que se sentía como connotado, desde el momento en que, precisamente, se le hacía necesaria una ilustración; en sus relaciones actuales, la imagen no aparece para iluminar o "realizar" la palabra, sino que es la palabra la que aparece para sublimar, hacer más patética o racionalizar la imagen; pero como esta operación se lleva a cabo de modo accesorio, el nuevo conjunto informativo parece fundado de forma principal sobre un mensaje objetivo (denotado), en el que la palabra no es sino una vibración secundaria, casi inconsecuente; antes, la imagen ilustraba el texto (lo hacía más claro); ahora el texto le añade peso a la imagen, la grava con una cultura, una moral, una imaginación; entonces se efectuaba una reducción del texto a la imagen; hoy en día, se efectúa la amplificación de la imagen por parte del texto: la connotación no se vive ya sino como la resonancia natural de la denotación fundamental constituida por la analogía fotográfica; así pues, nos hallamos frente a un proceso caracterizado por la naturalización de lo cultural.

Otra observación: el efecto de connotación es probablemente diferente de acuerdo con el modo de presentación de la palabra; cuanto más próxima queda la palabra de la imagen, menos aparenta connotarla; atrapado, en cierto modo, por el mensaje iconográfico, el mensaje verbal parece participar de su objetividad, la connotación del lenguaje se torna "inocente" gracias a la denotación de la fotografía; es cierto que nunca se da una verdadera incorporación, ya que las sustancias de las dos estructuras (gráfica en una, icónica en otra) son irreductible; pero es posible que en la amalgama se den distintos grados; la leyenda probablemente tiene un efecto de connotación menos evidente que el gran titular o el artículo; el titular y el artículo se apartan de modo sensible de la imagen, el titular por su impacto, el aríículo por su distancia, el primero porque rompe el contenido de la imagen, el segundo porque lo aleja; por el contrario, gracias a su misma colocación, y a su medida intermedia de lectura, el texto explicativo parece duplicar la imagen, es decir, participar en su denotación.[32]

No obstante, es imposible (ésta será la última observación a propósito del texto) que la palabra "duplique" a la imagen; ya que, al pasar de una estructura a otra, aparece fatalmente una elaboración de significados segundos. ¿Qué relación guardan estos significados de connotación con la imagen? Parece que constituyen una explicitación, es decir, un énfasis, hasta cierto punto; en efecto, la mayoría de las veces el texto no hace sino amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía; pero,

[32] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

también a menudo, el texto produce (Inventa) un significado enteramente nuevo que, en cierto modo, resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen, hasta el punto de parecer denotado por ella: "Han visto de cerca a la muerte, sus rostros lo prueban", dice el titular de una fotografía en la que aparecen Elisabeth y Philip bajando de un avión; sin embargo, en el momento en que les hicieron la foto, ambos personajes ignoraban el accidente aéreo del que se acaban de librar. También, a veces, la palabra llega a contradecir a la imagen hasta producir una connotación compensatoria; un análisis de Gerbner (*The social anatomy of the romance confession cover-girl*) mostró que en ciertas revistas del corazón el mensaje verbal escrito en grandes letras en la portada (de contenido sombrío y angustioso) acompaña siempre a la imagen de una radiante *cover-girl*; en esos casos, ambos mensajes pactan un término medio; la connotación tiene una función reguladora, preserva el juego irracional de la proyección-identificación.[33]

3.3.2.2. Denotativo y connotativo en la fotografía.

Existe claramente un mensaje que denota la fotografía y cuya lectura es fácil de realizar, pero existen elemento que transmiten un mensaje connotado también, sin mencionar que la mirada del lector de la fotografía de por sí ya tiene una perspectiva. Entonces podemos decir que existe el emisor y el receptor del mensaje fotográfico, en ambos casos su mirada ya ha sido condicionada o dirigida por estereotipos, por ejemplo, y que ambas miradas también tendrán una influencia clara por su origen geografía y de cómo ven la cosas y a los demás.

"Ahora bien, la condición puramente "denotativa" de la fotografía, la perfección y plenitud de su analogía, en resumen, su "objetividad" (ésas son las características que el sentido común atribuye a la fotografía), es algo que corre el riesgo de ser mítico, pues de hecho existe una elevada probabilidad (esto sería ya una hipótesis de trabajo) de que el mensaje fotográfico, o al menos el mensaje de prensa, esté también connotado. Esta connotación no sería fácil ni captable de inmediato en el nivel del propio mensaje (se trata, en cierto modo, de una connotación invisible a la vez que activa, clara a la vez que implícita), pero sí es posible inferirla a partir de ciertos fenómenos que tienen lugar en el nivel de la producción y la recepción del mensaje: por una parte, una fotografía de prensa es un objeto trabajado, escogido, compuesto, elaborado, tratado de acuerdo con unas normas profesionales, estéticas o ideológicas que constituyen otros tantos factores de connotación; por otra parte, esa misma fotografía no solamente se percibe, se recibe, sino que se *lee*. El público que la consume la remite, más o menos conscientemente, a una reserva tradicional de signos; ahora bien, todo signo supone un código, y este código –el de connotación- es el que habría que tratar de establecer. Así pues, la paradoja fotográfica

[33] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

reside en la coexistencia de dos mensajes, uno de ellos sin código (el análogo fotográfico), y otro con código (el "arte", el tratamiento, la "escritura" o retórica de la fotografía); en su estructura, la paradoja no reside evidentemente en la connivencia de un mensaje denotado y un mensaje connotado: tal es el estatuto, fatal quizá, de toda la comunicación de masas, sino en que el mensaje connotado (o codificado) se desarrolla, en la fotografía, a partir de un mensaje *sin código*.[34]

La connotación, es decir, la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho, elabora a lo largo de los diferentes niveles de producción de la fotografía (elección, tratamiento técnico, encuadre, compaginación): consiste, en definitiva, en la codificación del análogo fotográfico; de manera que es posible reconocer los procedimientos de connotación; pero esos procedimientos, hay que tenerlo muy en cuenta, no tienen anda que ver con las unidades de significación que un posterior análisis de tipo semántico quizá permita llegar a definir un día: no se puede decir que formen parte, hablando con propiedad, de la estructura fotográfica. Los procedimientos son bien conocidos; nos limitaremos a traducirlos a términos estructurales. Para ser rigurosos, habría que separar los tres primeros (trucaje, pose, objetos) de los tres últimos (fotogenia, esteticismo, sintaxis), ya que la connotación se produce, en cuanto a los tres primeros procedimientos, por una modificación de la propia realidad, es decir, del mensaje denotado (es evidente que esta preparación no es exclusiva de la fotografía); si los incluimos, a pesar de ello, entre los procedimientos de connotación fotográfica es porque también ellos se benefician del prestigio de la denotación: la fotografía permite que el fotógrafo escamotee la preparación a que somete a la escena que piensa captar; pero no por ello deja de ser dudoso que, desde un punto de vista estructural posterior, pueda tenerse en cuenta el material que tales procedimientos proporcionan.[35]

La fotografía al ser casi perfecta analogía de la realidad puede confundir y esto intencionalmente con propósitos por ejemplo comerciales dirigiendo la mirada del consumidor de tal manera que se convenza que necesita tener ese producto con tan solo mirar una imagen fotográfica, ayudando en las ventas y creando necesidades y expectativas a los consumidores, sin olvidar que también existen otro tipo de propósitos o mensajes que están dentro del mensaje de la fotografía, elementos sociales, políticos, históricos, antropológico, etc.

Así pues, gracias a su código de connotación, la lectura de la fotografía siempre es histórica; depende del "saber" del lector, igual que si fuera una verdadera lengua, que sólo es inteligible para el que aprende sus signos. A fin de cuentas, el "lenguaje" fotográfico recuerda a ciertas lenguas ideográficas en las que se mezclan unidades analógicas y unidades signaléticas, con una diferencia: el ideograma se siente como un signo, mientras

---

[34] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. pág. 15

[35] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. pág. 17

que la “copia” fotográfica pasa por ser una denotación pura y siempre de la realidad. Hallar ese código de connotación consistiría, por tanto, en aislar, inventariar y estructurar todos los elementos “históricos” de la fotografía, todas las partes de la superficie fotográfica que extraen su propia discontinuidad de un cierto saber del lector o de su situación cultural, como se prefiera.[36]

3.3.3. La tarjeta Postal.

Las tarjetas postales fueron una innovación en la correspondencia a fines de los años 1860, la interesante innovación radica en la incorporación de la imagen gráfica en el mensaje escrito, menos palabras y más imagen, es interesante observar como el lenguaje fotográfico en este caso, ya que sabemos que hay diferentes tipos de tarjetas postales, se convierte en el principal medio de comunicación del mensaje y desplazando al lenguaje escrito, convirtiéndolo en un complemento, innovación que aún está vigente de diferentes maneras, ya no es tan frecuente que las personas envíen tarjetas postales por correo, sobre todo en nuestro país, pero es muy seguro que su vigencia aun es notoria cuando las encontramos a la venta para que los turistas los adquieren como recuerdos y suvenires, del tamaño conveniente, “tamaño postal”, y con gran variedad y calidad.

3.3.3.1. Las características generales de las tarjetas postales.

Entre las principales características de las tarjetas postales fotográficas esta la imagen por un lado y en el reverso de la imagen esta un espacio para el mensaje escrito además del recuadro que reserva el espacio para la estampilla, además debemos añadir la importante información que se añade como es la procedencia de la editorial, el año, el autor y un título que trata de explicar lo que se ve en la imagen.

3.3.3.2. Tipos de tarjetas.

[36] Barthes Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. pág. 24

Entonces debemos mencionar la existencia de otro tipo o de los otros tipos de tarjetas postales que tendremos a consideración. Básicamente la tipología de las tarjetas postales de divide según: sus usos, el lenguaje, la temática y el valor y estos a su vez se dividen en otros tipos más. Según sus usos se dividen en postales promocionales, postales de correo, postales objeto, postales de colección y postales topográficas; Según el lenguaje se dividen en tarjetas postales comics, de ilustración, collage, fotográficos y tipográficos; De acuerdo a la temática de la tarjeta postal se divide en tarjetas postales de entretenimiento, artísticas, turísticas, institucionales y de ocasión; Y de acuerdo a su valor se dividen en tarjetas postales gratuitas y tarjetas postales paga.

"Para introducir a la tarjeta dentro de una tipología lo más completa posible, se consideró la variable **USO**, como elemento básico para enmarcarla en el contexto de la vida social y cultural del hombre.

Es de gran importancia distinguir cada uno de los **LENGUAJES** utilizados en la gráfica de la misma, que conllevan diferentes sentidos, e interpretaciones de la pieza.

La variable **TEMÁTICA** que existe en las tarjetas postales es muy variada. En el cuadro se proponen palabras claves que abarcan los conjuntos temáticos más importantes.

Finalmente, el **VALOR** de la tarjeta postal es un elemento que ha ido cambiando a lo largo del tiempo, de la mano de la evolución en los desarrollos tecnológicos y culturales, íntimamente relacionado con los lugares de distribución o circuitos de la tarjeta postal."[37]

"Las temáticas son extremadamente variadas, e independientemente del contenido personal escrito, es aún un campo abierto. Para delimitarlo y controlarlo, definimos estas tipologías que agrupan un conjunto de temas bajo una palabra clave. De esta manera, las Tarjetas Postales cuadrarán respecto de su temática gráfica dentro de alguna de las siguientes

Tipologías:

POSTAL ENTRETENIMIENTO La postal de entretenimiento puede a superponerse con cualquiera de las otras tipologías, siempre y cuando su gráfica cuadre dentro de la definición descripta en el cuadro.

POSTAL ARTÍSTICA Trata temas artísticos generalmente con un lenguaje bien definido.

POSTAL TURÍSTICA Describe zonas turísticas.

---

[37] Perea Lucinde Tipología de las tarjetas postales, (2014). Consultado Nov. 14 de 2017, disponible en: http://slideplayer.es/slide/1517231/

POSTAL INSTITUCIONAL Difusión Institucional (marcas, Cía., productos, etc.) publicitarias de edición pagadas por institución o emprendedor, y distribución gratuita.

POSTAL DE OCASIÓN Con saludos que abarcan los temas.

POSTALES CULTURALES pueden contener cualquier temática referente a la cultura de un país u otra zona geográfica.

Pueden tratar entre otras cosas, frases célebres, populares, canciones representativas etc. y las definidas bajo las palabras claves, EMOTIVAS y EXÓTICAS."[38]

"La elección y utilización de un lenguaje, para contar o comunicar algo, afecta directamente al sentido gráfico de la postal influyendo en la construcción del significado. Por eso hoy en día es tenido (en muchos casos), en cuenta al resolver una pieza gráfica como es la Tarjeta postal.

LENGUAJE CÓMICS Comunican a través de una historia, que apelan a la aceptación del discurso, transmitido por la imagen, a través de la exageración y el del humor.

LENGUAJE ILUSTRACIÓN El lenguaje de la ilustración tendrá diferentes connotaciones de acuerdo con la técnica o herramienta empleada. Adquirirá diversas denotaciones según los elementos que lo compongan, su combinación, estructura y distribución en el plano. Es decir, el modo en que se unen las líneas, el plano, los colores, su nivel de abstracción (Realismo o síntesis).

LENGUAJE COLLAGE Utiliza en sus composiciones materiales diversos. Al ser elementos de distintos universos pegados de modo imperfecto, superpuestos, se derivan diferentes interpretaciones distintas de las que puede suscitar la utilización de uno de los otros lenguajes aquí mencionados. Es decir, que el collage permite la presencia de otros lenguajes, pero su valor significativo nace de la combinación de éstos.

LENGUAJE FOTOGRÁFICO La fotografía conlleva connotaciones de **realidad**. Aunque sabemos que la comunicación de la imagen es construida, aún hoy brinda al público mayor credibilidad al mensaje, y es asociada a la idea de lo verdadero y los avances tecnológicos de vanguardia que reproducen la imagen."[39]

---

[38] Perea Lucinde Tipología de las tarjetas postales, (2014). Consultado Nov. 14 de 2017, disponible en http://slideplayer.es/slide/1517231/

[39] Perea Lucinde Tipología de las tarjetas postales, (2014). Consultado Nov. 14 de 2017, disponible en http://slideplayer.es/slide/1517231/

Capítulo IV

4. Formulación de la hipótesis.

Para la formulación de la hipótesis debemos primero mencionar un poco los tipos de hipótesis y sus características, para poder comprender mejor la hipótesis que planteamos. Es importante mencionar, también, que las hipótesis son corroboradas por medio de pruebas empíricas, experimentales o no experimentales.

Recordemos que las hipótesis son conjeturas que deben ser factibles de someterse a prueba empírica, por lo tanto, son guías para una investigación. Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formulado a manera de proposiciónes.

Las investigaciones cualitativas, cuyo método es el deductivo, si no son exploratorios, sí formulan hipótesis, siempre y cuando se defina desde el inicio que su alcance será correlacional o explicativo, o en caso de un estudio descriptivo, que intente pronosticar una cifra o un hecho.

Los estudios cualitativos, por lo regular, no formula hipótesis antes de recolectar datos. Su naturaleza es más bien inductiva. Desde luego, cuando su alcance es correlacional o explicativo puede formular hipótesis durante la obtención de la información, después de recabar datos, al analizar o al establecer las conclusiones.

Finalmente, en el enfoque mixto, donde se mesclan ambos métodos, también surgirían las hipótesis antes de recolectar los datos. En una investigación podemos tener una, dos o varias hipótesis.

Debemos tener presente que las hipótesis no necesariamente son verdades, pueden o no serlo, y pueden o no comprobarse con hechos. Son explicaciones tentativas, no los hechos en sí. [40]

Según Gómez Marcelo M. existirían cuatro tipos de hipótesis, las hipótesis de investigación, las hipótesis nulas o de negación, las hipótesis alternas y las hipótesis estadísticas; las hipótesis de investigación se subdividen en hipótesis descriptiva, correlacional, de diferencia de grupos y de causalidad; y las hipótesis estadísticas se sub

[40] Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas.

dividen en hipótesis de estimación (descriptiva), hipótesis estadísticas de correlación (correlacional) y las hipótesis estadísticas de la diferencia de estadísticos (diferencia de grupos).

En el caso de nuestra investigación el tipo de hipótesis que planteamos es una hipótesis de investigación y descriptiva.

Como indica Gómez Marcelo M. las hipótesis de investigación descriptivas "se utilizan a veces en estudios descriptivos. Son afirmaciones más generales que suelen involucrar a una sola variable (la expectativa de ingreso en el ejemplo). En el caso de las ciencias sociales, no es sencillo realzar estimaciones con cierta precisión respecto a fenómenos del comportamiento humano."[41]

Hipótesis.

"LA IMAGEN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LA PAZ RESPONDE PARCIALMENTE A LA FOTOGRAFÍA DE LAS TARJETAS POSTALES DE LA CIUDAD DE LA PAZ"

4.1. Identificación de las variables.

Imagen Turística. Variable dependiente.

Fotografía. Variable independiente.

La imagen turística será la variable dependiente, porque la imagen turística depende de tipos de imagen, como la imagen emitida inducida, en este caso las tarjetas postales fotográficas, entonces la fotografía será la variable independiente por son parte de los agente que construyen la imagen turística.

[41] Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas.

4.2. Definición conceptual de las variables.

4.2.1. Imagen turística.

En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo que la imagen turística es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano frente a factores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias que el turista tiene sobre un destino turístico determinado (Choi, Chan y Wu, 1999; Crompton 1979; Fakeye y Crompton ¡991; Galí y Donaire, 2005; Kotler, Heider y Rein, 1994; Lawson y Bond.Bovy 1977; Sonmez y Sirakaya, 2002; Tapachai y Waryszak, 2000). Cabe destacar la aportación de Baloglu y McCleary (1999) en la cual determinan que la imagen turística está constituida por un componente afectivo, relacionado con los sentimientos que evoca el destino. De modo que ambos componentes son loa que contribuyen a la formación de la imagen turística total.[42]

La imagen turística es una construcción mental con diferentes elementos que la conforman y diferentes atributos que la caracterizan, la imagen turística está en permanente construcción y se modifica después de la experiencia turística.

4.2.2. Fotografía.

Conviene recordar que fue un francés, Nicéphore Niepce (1769-1833) quien invento la fotografía en 1822, aunque le correspondió al pintor Daguerre el mérito de haber perfeccionado el procedimiento descubierto por Niepce hasta el punto de volverlo accesible para todos. El estado francés, luego de adquirir los derechos, dio publicidad al procedimiento en agosto de 1839, dejando libre la iniciativa de quien quisiera explotarlo.[43]

Hubo que esperar, sin embargo, al momento en que la placa metálica de Daguerre se viera sustituida por negativos de vidrio para posibilitar la reproducción de varias copias, adelanto que le correspondió a Disderí hacia 1852-1853. Este nuevo adelanto no sólo popularizó aún más la fotografía, sino que dio a ésta una nueva dimensión: la de ser incorporada como elemento de trasmisión masiva de información. Un nuevo adelanto importante en la fotografía se dio con la posibilidad de su impresión y por lo tanto, de realizar cientos de copias, hecho que se plasma con la aparición de la "tarjeta postal" que permitiría, además, la inclusión de leyendas escritas en la parte dorsal.[44]

---

[42] La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Consulta 25 oct. 2017. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf
[43] Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 18.
[44] Sánchez C. Walter. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común. Pág. 19.

4.2.3. Operacionalización de las variables.

Este concretar las variables es fundamental en la tarea del investigador y se requiere usualmente para el proceso que se denomina operativización de las variables. Importante y necesario para la demostración de las hipótesis. No hay duda que después de haber trabajado suficientemente en esta tarea se puede pasar a ampliar el concepto de la variable, con el objeto de hallar racionalmente otras variables concretas que logren el mismo o mejor efecto. Por ejemplo, si nosotros conocemos las propiedades que caracterizan a una variable y entre ellas identificamos a las que le confieren el efecto que esperamos, es posible que encontremos en el universo de conocimientos, muchas más que también posean esas propiedades (las que nos interesan) y generen también y más eficientemente ese efecto determinado, pero a menor costo.[45]

Para la operacionalización utilizamos como modelo los pasos que recomienda José Pérez Leal, quien sugiere los siguientes pasos:

"1. Se identifican las variables o acciones presentes.

2. Buscar en las bases teórica el concepto o definición de cada una de las variables.

3. Ahora se establecen las dimensiones de cada variable que se define operacionalmente, es decir qué se busca medir con ellas.

4. Seguidamente se extraen los indicadores asociados a las dimensiones descubiertas o determinadas en las variables.

5. En una última columna se tendrán las técnicas e instrumentos de recolección de los datos.

Es posible presentar una columna con las Técnicas e Instrumentos y posteriormente los Ítems, este orden es indistinto en las dos últimas columnas del Cuadro de Operacionalización de Variables.

Estos datos se ordenan en una tabla, para finalizar la operacionalización, la cual es de gran utilidad para el diseño de los instrumentos de recolección de los datos sin perder de vista los objetivos de la investigación."[46]

---

[45] Rev. Soc. Quím. Perú Lima. 2007, Las variables en el método científico disponible en: https://onedrive.live.com/edit.aspx?cid=34163c39035c918b&page=view&resid=34163C39035C918B!225&parId=34163C39035C918B!101&app=Word

[46] Jose Perez Leal, Que es operacionalización de variables. Disponible en: https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2010/08/asesoria-de-tesis-trabajos-de-grado-e_28.html,

Cuadros de operacionalización.

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Imagen turística Variable dependiente. Depende de imágenes emitidas y percibidas, en este caso las imágenes son las fotografías de las tarjetas postales, imágenes emitidas turísticas inducidas.	Construcción mental del turismo en la mente de las personas de un determinado lugar o actividad turística.	Atributos turísticos naturales Atributos turísticos culturales	-Geografía y topografía -Clima -Riqueza y belleza paisajística -Sitios de interés histórico o cultural -Sitios y actividades turísticas -Arquitectura y edificaciones -Personas hospitalarias y cálidas -Gastronomía -Festivales y ferias -Vida nocturna y entretenimiento	Observación directa, bibliografía e Internet.

Variable	**Definición operacional**	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Técnicas e instrumentos**
Fotografía Variable independiente. Porque la fotografía es un medio que se usa para transmitir imágenes emitidas turísticas. En este caso imágenes emitidas turísticas inducidas, tarjetas postales fotográficas.	Gráfico digital o analógico que usa la luz para representar un instante de la realidad que esta frente a la cámara fotográfica sobre un soporte, por lo general papel.	Denotativo Connotativo	-Composición y atributos fotográficos Contenidos -Elementos visuales -Contenido -Estilo y genero -Intención -Elementos semióticos o símbolos Autor y contexto -Elementos temáticos	Observación directa, fichas descriptivas y fichas de análisis de las tarjetas postales fotográficas.

Capítulo V

5. Marco metodológico de investigación.

5.1. Método y tipo de investigación.

Debemos recordar y mencionar a los métodos científicos de investigación que son utilizados para diferentes estudios, con diferentes objetivos y características.

Hay dos grandes clases de métodos de investigación: los métodos lógicos y los empíricos. Los primeros son todos aquellos que se basan en la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que los métodos empíricos, se aproximan al conocimiento del objeto mediante su conocimiento directo y el uso de la experiencia, entre ellos encontramos la observación y la experimentación.[47]

Entre los métodos lógicos podemos mencionar a los siguientes métodos: lógico inductivo, lógico deductivo, analítico, histórico, entre otros, y entre los métodos empíricos podemos mencionar a la observación, la experimentación y a la medición como los métodos más importantes.

Método Lógico inductivo. Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta[48]

Por las características que nos muestra el método lógico inductivo, pensamos que es el método más apropiado para este estudio, porque uno de los factores por los cuales se decide la aplicación de este método es porque la unidad de análisis, que son las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, no tiene un universo de su población conocido y es por poco imposible conocerlo, por lo cual el método lógico inductivo resulta ser el más apropiado.

---

[47] Custodio Ruiz Angela. (2008, agosto 5). Métodos y técnicas de investigación científica. Disponible en: https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/

[48] Custodio Ruiz Angela. (2008, agosto 5). Métodos y técnicas de investigación científica. Disponible en: https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/

El tipo o enfoque de la investigación apropiado para los objetivos de la investigación es el enfoque cualitativo, el principal objetivo es el de analizar la imagen turística de la ciudad de La Paz y el vínculo o brecha con la fotografía de las tarjetas postales en el año 2017, de la ciudad de La Paz, tenemos más interés en conocer, analizar y describir las características de la unidad de análisis principalmente.

En términos generales, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden asociar las mediciones con números (no pretenden cuantificar), tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisiones de documentos, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida, interacción con grupos o comunidades, e introspección.[49]

Los estudios cualitativos, por lo regular, no formulan hipótesis antes de recolectar datos. Su naturaleza es más bien inductiva. Desde luego; cuando su alcance es correlacional o explicativo pueden formular hipótesis durante la obtención de la información, después de recabar datos, al analizarlos o al establecer las conclusiones[50]

5.2. Diseño de Investigación.

El diseño de investigación que se plantea para el estudio de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz considera los objetivos tanto generales como específicos de este estudio, los cuales principalmente se enfocan en el análisis y la descripción de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz y el vínculo con la imagen turística de la ciudad de La Paz, además que se busca identificar atributos y sitios turísticos de la ciudad de la Paz que estén plasmados en las tarjetas postales fotográficas y/o que formen parte de la imagen turística de la ciudad.

El siguiente cuadro nos ayudara a comprender el diseño de la investigación:

[49] -Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas. Pg. 61
[50] -Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas. Pg. 73

	-Experimento puro	-Diseño especifico (De Solomon, factorial, etcétera)
Experimento		
	-preexperimental	-Diseño especifico
	-cuasiexperimental	-Diseño especifico
		-Exploratorio
	-Transeccional	-Descriptivo
		-Correlacional/causal
No experimento		
		-De tendencia
	-longitudinal	-De evolución de grupo
		-Panel

Hernández Sampieri, Ferrandes Collado; Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, McGraw-hill, 2002. México

En la literatura sobre la investigación es posible encontrar diferentes clasificaciones de los tipos de diseño. Nosotros adoptaremos la siguiente clasificación: investigación experimental e investigación no experimental. A su vez, la primera puede dividirse de acuerdo con las clásicas categorías de: preexperimental, experimentos `puros´ (verdaderos) y cuasiexperimentos. La investigación no experimental se subdivide en diseño transeccionales o transversales, y diseños longitudinales. Dentro de cada clasificación se comentarán diseños específicos.
Los diseños experimentales son propios de la investigación cuantitativa. Los diseños no experimentales se aplican en ambos enfoques[51]

[51] -Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas. Pg. 86

De acuerdo al tipo o enfoque del estudio, que es claramente un enfoque cualitativo, por las características de los objetivos del estudio, el diseño apropiado para este estudio debe ser no experimental, por el poco tiempo y recursos que se dispone es una investigación transeccional y de acuerdo a los objetivos es una investigación descriptiva.

Los diseños de investigación transeccionales o transversales recolectan datos en un solo memento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (o describir comunidades, eventos, fenómenos o contextos). Es como tomar una fotografía de algo que sucede.[52]

Diseño no experimental. Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.[53]

Este estudio analizara a las variables sin manipularlas de ninguna manera, es por eso que estamos hablando de una investigación no experimental, no experimental porque analizaremos las variables sin influir en ellas de ninguna manera para tener un resultado de acuerdo con los objetivos de la investigación, es decir, se pretende observar las variables sin alterarlas o influirlas de ninguna manera.

Las investigaciones descriptivas: Con mucha frecuencia, el objetivo del investigador es describir situaciones, eventos y hechos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis. [54]

Adoptaremos la clasificación de Danhke (1989), quien los divide en estudios: exploratorios, descriptivos, correlaciónales y explicativos. Esta clasificación es muy importante, ya que del alcance del estudio depende la estrategia (el diseño) de la investigación, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros

---

[52] -Marcelo M. Gómez. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas.

[53] Gómez Marcelo, 2006. Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 102.

[54] Gómez Marcelo, (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 65.

componentes del proceso de investigación, que son distintos en estudios exploratorios, descriptivos, correlaciónales y explicativos.[55]

De acuerdo a esta clasificación y de acuerdo a las características del objetivo de la investigación, esta es una investigación descriptiva. En esta investigación se busca describir y analizar la imagen fotográfica de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz en el año 2017 frente a la imagen turística que tiene la ciudad de La Paz. Esta investigación podrá mostrar las dimensiones y características de la brecha que existe entre la imagen emitida resultante de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz en el año 2017 y la imagen turística que tiene la ciudad de La Paz.

5.3. Población y muestra.

Para el enfoque cualitativo, la muestra puede ser una unidad de análisis o un grupo de ellas, sobre la(s) cual(es) se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sean estadísticamente representativas de la población que se estudia. En los estudios cualitativos por lo común la población o el universo no se delimita a priori. En los cuantitativos casi siempre sí.[56]

Esta investigación toma como unidad de análisis a las tarjetas postales, pero recordemos que existen diferentes tipos de tarjetas, centraremos la mirada en las tarjetas postales que utilicen la fotografía como imagen principal para transmitir el mensaje o la idea en la tarjeta postal. Entonces, la población o universo que esta investigación considera son las tarjetas postales con imágenes fotográficas en el año 2017 de la ciudad de La Paz y que están disponibles en zonas o áreas que tienen a la venta o disposición tarjetas postales, se toma principalmente en cuenta los museos, las oficinas de correos y áreas turísticas como las calles Illampu, Sagarnaga y linares, también las tiendas de recuerdos de la plaza San Francisco entre otros lugares.

Recordemos que una muestra es una parte de la población o universo a estudiar, entonces, para seleccionar una muestra, lo primero que hay que hacer es definir la población o

[55] Gómez Marcelo, (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 64.
[56] Gómez Marcelo, 2006. Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 110.

universo a estudiar; es decir; el conjunto total de los objetos de estudio, (eventos, organizaciones, comunidades, personas, etc.) que comparten ciertas características comunes, funcionales a la investigación. [57]

En este caso, es por poco imposible, si no es imposible, conocer todas las tarjetas postales fotográficas que estén a la venta o disponible en la ciudad de La Paz en el año 2017, eso quiere decir que la población es desconocida, por lo tanto, no se puede hablar de una muestra propiamente dicha, porque al no conocer la población total no podríamos encontrar el sentido de representación y proporción de una muestra, pero si podríamos hablar de unidades de análisis, que vienen siendo las tarjetas postales fotográficas, un grupo de las unidades de análisis conformara nuestra muestra.

Muchas veces el investigador no se preocupa por la representatividad de la muestra, porque sus objetivos no lo requieren. En esos casos, se trabaja con grupos de objetos de estudio que no se han extraído aleatoriamente, ni se conocen las características de la población completa, pero esto no es relevante a los fines de la investigación.[58]

Entre los tipos de muestras que existe, las muestras probabilísticas y las muestras no probabilísticas, está claro que en este caso debemos trabajar con una muestra no probabilística, por las características de la unidad de análisis, la unidad de análisis son las tarjetas postales fotográficas en el año 2017 de la ciudad de La Paz, son estas postales las que analizaremos y describiremos frente a la imagen turística que tiene la ciudad de La Paz. Son estas tarjetas postales, las que utilizan el lenguaje de la fotografía para transmitir la información, además observaremos también el conjunto completo de información que transmiten las tarjetas postales a través de sus propias características y elementos que conforman a la tarjeta postal fotográfica.

Pero si no se conoce el tamaño del universo, ¿Cómo determinamos el tamaño de la muestra? Muchas veces se toma el criterio de “saturación”, es decir, no se determina de antemano el tamaño de la muestra, si no que se observa la cantidad de casos suficientes,

[57] Gómez Marcelo, 2006. Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 109.
[58] Gómez Marcelo, 2006. Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 117.

hasta que la información que vamos obteniendo no nos aporta nada nuevo, es decir, comience a repetirse. En ese momento, damos por terminada la recolección de datos.[59]

Es necesario aplicar un muestreo por conveniencia, un muestreo en el que el principal criterio será el de saturación, es decir, en el momento en el que las muestras empiecen a repetirse dejaremos te tomar más muestras.

Principalmente se tomaron en cuenta para la muestra las tarjetas postales fotográficas disponibles a la venta que tuvieran como imagen una fotografía de la ciudad de La Paz, de su gente, arquitectura, paisaje y de lo que se encontrara y que concuerde con el título de la tarjeta postal.

5.4. Técnicas e instrumentos para la investigación.

De acuerdo con el diseño de investigación, los objetivos y el objeto de estudio, la técnica de investigación que se usa es la observación directa de la documental recopilada, recordemos que el objeto o unidad de análisis es la tarjeta postal fotográfica, cuyas características nos dirigen a una recopilación documental de tipo imagen, específicamente de fotografía. Las tarjetas postales serán los documentos a recopilar y observar, desde luego aquellas tarjetas postales fotográficas que cumplan con los requisitos para ser consideradas en el estudio, pero además es importante también recalcar que el lenguaje a interpretar es el lenguaje fotográfico, en dicha etapa de la investigación es necesario emplear la observación como instrumento de recolección de datos para catalogarlas, analizarlas y describirlas.

Los instrumentos para el análisis y la recolección de datos de la recopilación documental son las fichas de descripción fotográfica basadas en el ISAD (G) y en otras fichas de descripción tal como la de la investigación titulada “El contexto archivístico como directriz para la gestión documental de materiales fotográficos de archivo” y su ficha de descripción fotográfica desarrollada para su investigación, **anexo 1**

[59] Gómez Marcelo, 2006. Introducción a la metodología de la investigación científica. Ed. Brujas. Córdoba Argentina. Pg. 117.

5.4.1. Diseño de las fichas de descripción fotográfica.

Es necesario emplear tres fichas muy diferenciadas una de la otra, pero muy relacionadas a la vez, para poder llegar al objetivo la investigación, la primera, la ficha de descripción fotográfica, la segunda, la ficha de descripción de atributos descriptivo o denotativos y los atributos subjetivos o connotativos y la tercera ficha, es el resultado de las dos primeras y basada en los atributos y valores turísticos que son utilizados para la construcción y análisis de la imagen turística, la ficha de valoración de las tarjetas postales y de respuesta a la imagen turística.

El diseño de la ficha de descripción fotográfica está basado principalmente en la Norma ISAD (G) o Norma Internacional General de Descripción Archivística y también basada en el ejemplo de ficha de descripción fotográfica del proyecto DIGIFOTO/CNPq y la propuesta de ISADFOTO, también se hace una ficha descriptiva fotográfica técnica, basada en conceptos fotográficos, elementos del lenguaje de la fotografía, basado principalmente en dos propuestas de análisis del lenguaje de la fotografía, estas dos fichas son base para la ficha de mayor importancia para el turismo basada en los atributos usados para encontrar y medir la imagen turística en general y los atributos o valores de la ciudad de La Paz según la agencia municipal para el desarrollo del turismo La Paz Maravillosa. Las fichas de descripción fotográfica y las de descripción técnica nos ayudan a concretar los datos para las fichas de atributos turísticos de la fotografía.

5.4.1.1. Ficha de descripción de material fotográfico.

En esta ficha se trata de una descripción en general donde principalmente se encuentra la imagen de la fotografía principalmente y datos en general, resaltando los descriptores visuales y los descriptores temáticos, porque son base para poder llegar a los atributos turísticos para la formación de la imagen turística.

Está basada en una ficha desarrollada en el proyecto “"Mapeamiento y digitalización de documentos fotográficos de Maringá y alrededores", DIGIFOTO-CNPQ, fue desarrollado por el Departamento de Historia de la Universidade de Estadual de Maringá (DHI-UEM),

en colaboración con el Departamento de Ciencia de la Información y Documentación de la Universidade de Brasilia (CID-UnB)”[60], esta ficha fue guía para poder desarrollar la propia ficha para esta investigación, en la cual se toman en cuenta otros elementos más que son pertinentes a la investigación. **Anexo 1.**

5.4.1.2. Descripción de la ficha de descripción de material fotográfico.

La ficha número uno o ficha de descriptiva y de archivo de la tarjeta postal, ficha de descripción de material fotográfico es la ficha base para la investigación del material fotográfico, en este caso las tarjetas postales fotográficas. Porque contienen las primeras observaciones del material fotográfico, además también de contener información básica bibliográfica, como el título y el autor.

Se caracteriza por tener una descripción de datos generales de la tarjeta postal fotográfica, la fotografía de la tarjeta, notas y/u observaciones.

Pero lo más destacado de esta ficha es que contiene una reproducción de la fotografía que está siendo objeto de investigación. Esta ficha es de diseño propio.

5.4.1.3. Ficha de descripción de material fotográfico.

Los elementos de la primera ficha, o la ficha número uno, son los siguientes.

A. Conjunto documental y su numeración.
B. Número.
C. Título.
D. Otras formas del título.
E. Autor de la fotografía.
F. La fotografía de la tarjeta postal o documento gráfico.

[60]Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762008000200002

G. Fecha de la fotografía.
H. Editorial.
I. Lugar.
J. Número de serie.
K. Deposito lega.
L. Fecha de publicación.
M. Fecha de adquisición.
N. Material.
O. Dimensión.
P. Color.
Q. Descripción de la fotografía.
R. Descriptores visuales.
S. Descriptores temáticos.
T. Notas.
U. Observaciones.

Todos estos elementos se describen o se desarrollan con la mayor claridad y objetividad posible.

La ficha se desarrolla en la página siguiente.

5.4.1.4. Diseño de la ficha descriptiva y de archivo de la tarjeta postal.

Ficha descriptiva y de archivo de la tarjeta postal.

Conjunto documental:	#	Título:
		Otras formas del título:
		Autor fotografía:
		Fecha de la fotografía:
		Editorial:
		Lugar:
		Numero de serie:
		Deposito Legal:
Fotografía del documento gráfico		Fecha de publicación:
		Fecha de adquisición:
		Material:
		Dimensión:
		Color:
		Descriptores visuales
Descripción del contenido:		
		Descriptores temáticos
Notas:		
Observaciones:		

Diseño propio

5.4.2. Ficha técnica de la fotografía.

La ficha número dos o ficha de descripción técnica de la fotografía de la tarjeta postal, se basa en la descripción técnica y en la descripción de la forma, principalmente, aunque debemos resaltar, por su importancia, que los atributos subjetivos o de connotación están basados en la relación que guardan los elementos que constituyen la fotografía y sus significados, obviamente que para el lector en algunos casos el significado podría ser diferente o ninguno, esto es natural porque la lectura de la fotografía puedes ser afectada por diferentes factores, culturales o de edad por ejemplo, algunos códigos y símbolos pueden ser interpretados de diferentes maneras.

5.4.2.1. Descripción de la ficha de descripción técnica de material fotográfico.

Esta ficha y los elementos que la conforman están basados en dos propuestas, la propuesta de Oscar Colorado Nates, con su propuesta "Tabla de los elementos del lenguaje Fotográfico", y en la propuesta de Javier Marzal Felici, con su propuesta de "modelo de análisis de la imagen fotográfica, descripción de conceptos contemplados".

Básicamente está dividida en dos partes, la primera parte que centra la mirada en los detalles técnicos objetivo o denotativo y la segunda parte que centra la observación en los elementos subjetivos o connotativos.

Gracias a las propuestas utilizadas para poder interpretar el lenguaje fotográfico y de acuerdo a las necesidades para alcanzar los objetivos de investigación hemos llegado a construir nuestra propia ficha para la descripción técnica de material fotográfico.

5.4.2.2. Elementos de la ficha de descripción técnica de material fotográfico.

A. Atributos descriptivos. Elementos Denotativos.

a. Composición.

- Forma.
- Línea.
- Angulo.
- Color.

b. Atributos fotográficos.

- Encuadre.
- Enfoque.
- Textura.
- Nitidez.
- Soporte.

c. Contenido.

- Sujeto.
- Fondo.
- Primer plano.
- Gente.

B. Atributos subjetivos. Connotación.

a. Estilo y género.

- Estilo.
- Genero.
- Sub género.

b. Autoría.

- Autor.
- Época.
- Escuela.

c. Intención.

- Intención.
- Propósito.
- Concepto.

d. Elementos semióticos.

- Icono.
- Signo.
- Símbolo.
- Índex.

e. Contenido.

- Historia.
- Sentimiento.
- Metáfora.
- Discurso.
- Narrativa.
- Marcas textuales.

5.4.2.3. Diseño de la ficha técnica de la fotografía de la tarjeta postal.

Ficha técnica de la fotografía de la tarjeta postal.

Atributos descriptivos.	Denotación	Atributos subjetivos.	Connotación
composición		estilo y genero	
		estilo:	
forma:		género:	
línea:		sub género:	
ángulo:			
color:		autoría	
otros:		autor:	
		época:	
		escuela:	
		intención	
atributos fotográficos		intención:	
		propósito:	
encuadre:		concepto:	
enfoque:		otro:	
textura:			
nitidez:		elementos semióticos	
soporte:		icono:	
otros:		signo:	
		símbolo:	
		índex:	
contenido		contenido	
		historia:	
sujeto:		sentimiento:	
fondo:		metáfora:	
1º plano:		discurso:	
gente:		narrativa:	
		marcas textuales:	

Diseño propio

5.4.3. Ficha de valoración de la tarjeta postal y de respuesta a la imagen turística.

La tercera ficha nos ayuda a hacer una evaluación, valoración y respuesta de los atributos y elementos descriptivos de las fotografías con los atributos o valores que forman la imagen turística de la ciudad de La Paz, basada en las fichas que la preceden.

Los atributos tomados en cuenta son el resultado de una selección de los atributos que son tomados en cuenta para encontrar la imagen turística en general de un destino turístico, de dos fuentes, la primera, “The Meaning and Measurement of Destination Image” de Charlotte M. Echtner y J.R. Brent Ritchie, y la segunda es “Understanding and Measuring Tourist Destination Images”, de Olivia H. Jenkins.

Además, se toma en cuenta los siete “valores” que la ciudad tiene y por las cuales es una ciudad maravillosa, esos según la agencia para el desarrollo del turismo La Paz Maravillosa. Esos valores o atributos son los que hacen a la ciudad de La Paz una de las siete ciudades maravillosas.

En base a estas dos listas y tomado en cuenta los siete valores que la agencia para el desarrollo del turismo La Paz Maravillosa considera que tienen la ciudad de La Paz, hemos formado la lista de atributos turísticos generales para efectos de la investigación:

atributos generales de la imagen turística	
Geografía y topografía	0
Clima	0
Riqueza y belleza paisajística	0
Sitios de interés natural	0
Lugar de interés histórico/cultural	0
Lugares y actividades turísticas	0
Arquitectura y edificaciones	0
Personas hospitalarias y cálidas	0
Gastronomía	0
Festivales y ferias	0
Vida nocturna y entretenimiento	0
	0

Debemos aclarar que el atributo “seguridad”, que también forma parte de la imagen turística cuando se la quiere medir o valorar, no está presente en la lista, la razón, es muy difícil representar la seguridad de un lugar turístico en una tarjeta postal por medio del lenguaje fotográfico, no pensamos que fuera imposible, pero es difícil, y muy pocas o casi ninguna postal de las que están en la muestra tiene un mensaje de “seguridad” clara y directa.

Entonces, se hace una relación entre los atributos generales que hemos planteado y los atributos que estuvieran representados en las fotografías de las tarjetas postales analizadas, con la siguiente escala:

Escala				
100	75	50	25	0

Donde, 100 si tiene mucha relación y 0 si no tiene ninguna relación.

También se hace el análisis de los atributos fotográficos relacionados con el atributo turístico que poseen analizando los descriptores visuales y descriptores temáticos:

descriptores visuales	
contendo denotativo	
sujeto	0
fondo	0
1º plano	0
gente	0
descriptores tematicos	
contenido connotativo	
hstoria	0
sentimiento	0
metáfora	0
discurso	0
narrativa:	0
marcas	0
elementos semioticos	
ícono	0
signo	0
símbolo	0
índex	0
intención	
intención	0
propósito	0
concepto	0
otro	0
	0

Esta relación es también medida con la misma escala de relación, donde 100 si tiene mucha relación y 0 si no tiene ninguna relación.

Escala				
100	75	50	25	0

Todo eso da forma a la tercera ficha de investigación para encontrar el vínculo entre la imagen turística de la ciudad de La Paz y las tarjetas postales fotográficas.

Ficha de valoración de la tarjeta postal y de respuesta a la imagen turística.

#		título	
atributos generales de la imagen turística		descriptores visuales	
		contenido denotativo	
Geografía y topografía	0	sujeto	0
Clima	0	fondo	0
Riqueza y belleza paisajística	0	1º plano	0
Sitios de interés natural	0	gente	0
		descriptores temáticos	
Lugar de interés histórico/cultural	0	contenido connotativo	
Lugares y actividades turísticas	0	historia	0
Arquitectura y edificaciones	0	sentimiento	0
Personas hospitalarias y cálidas	0	metáfora	0
Gastronomía	0	discurso	0
Festivales y ferias	0	narrativa	0
Vida nocturna y entretenimiento	0	marcas	0
	0		
		elementos semióticos	
0 % es el alcance que tiene la imagen fotográfica de esta tarjeta postal a un 100 % de una imagen turística ideal de la ciudad de La Paz de acuerdo a los atributos generales de la imagen turística.		ícono	0
		signo	0
		símbolo	0
		índex	0
		intención	
		intención	0
		propósito	0
		concepto	0
		otro	0
			0
Escala			
100		0 % es el alcance que tiene la imagen fotográfica de esta tarjeta postal al 100 % del o de los atributos generales de la imagen turística que están representados en esta tarjeta postal fotográfica de la ciudad de La Paz	
75			
50			
25			
0			

Diseño propio

Capítulo VI

6. Análisis de los resultados.

6.1. Análisis de la Imagen Turística de la ciudad de La Paz y el vínculo o brecha con la Fotografía de las tarjetas postales del año 2017, de la ciudad de La Paz.

Podemos indicar en el tema de la muestra, que era casi imposible, sino es imposible, conocer el universo de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, sin embargo el criterio de saturación en la toma de la muestra nos proporcionó una muestra interesante para el análisis, se ha tratado de tener represente en la muestra toda la gama variada de postales que estuvieran a disposición, sobre todo aquellas que eran únicas. La muestra consta de cuarenta y ocho tarjetas postales fotográficas.

El vínculo de la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz con la imagen turística de la ciudad de La Paz y los onces atributos o valores considerados, es parcial, la respuesta llega un 25,63 %, es decir, solo un 25,63 % de los atributos generales de la imagen turística están representados en la muestra de 48 tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz con las que trabajamos.

25,63 %

Es el alcance de la respuesta que tiene la imagen fotográfica de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz frente a un 100%, de los onces, atributos generales de la imagen turística de la ciudad de La Paz con los que se trabajó.

Es decir que la brecha es de un **74.37 %** en relación a un 100 % de una imagen turística de acuerdo a los atributos tomados en cuenta, podemos entender que existen atributos, el 74,37 % de ellos, que no reciben respuesta en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, no están representados.

Los atributos más representados son tres atributos de once que se analizaron y un objeto, el aguayo, que tiene importante número de representaciones en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz:

Atributos turísticos	**Descriptores visuales**		**100 %**
Arquitectura	**Edificios y ciudad**	27 de 48	56.25 %
Geografía y topografía	**Chola paceña**	17 de 48	35.41 %
Personas hospitalarias y	**Montañas**	15 de 48	31.25 %

cálidas			
Otros	**Aguayo**	13 de 48	27.08 %

Entonces, las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de la Paz proyectan principalmente una imagen turística de estos tres atributos y destacamos la presencia del tejido aguayo, podríamos decir también, que la imagen turística proyectada es de una ciudad entre montañas con una arquitectura singular y habitantes indígenas.

6.2. Atributos y valores turísticos de la ciudad de La Paz que forman parte de su imagen turística.

Los atributos y/o valores identificados son 11, en base a los atributos de la agencia La Paz maravillosa y otros que son parte una lista de atributos que forman y valoran la imagen turística de las ciudades. Estamos seguros que se podrían identificar otros atributos turísticos, como el atributo de "seguridad", sin embargo, los atributos que se toman en cuenta son los suficientes para desarrollar la imagen turística de la ciudad de La Paz a través de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz. Es necesario repetir que es posible hallar otros atributos turísticos además de los que se tomaron en cuenta, o tal vez denominarlos de diferente manera, pero a razón de los objetivos generales y específicos, y por las características de la unidad de análisis se trabaja con estos onces atributos turísticos. Estos once atributos podrían dividirse en dos grupos, un grupo de atributos turísticos relacionados con la naturaleza y otro grupo relacionados con la cultura.

Atributos generales de la imagen turística de la ciudad de La Paz	
Atributos naturales	Geografía y topografía
	Clima
	Riqueza y belleza paisajística
	Sitios de interés natural

Atributos culturales	Lugar de interés histórico/cultural
	Lugares y actividades turísticas
	Arquitectura y edificaciones
	Personas hospitalarias y cálidas
	Gastronomía
	Festivales y ferias
	Vida nocturna y entretenimiento

De las 48 tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz que fueron estudiadas, se conformaron 11 grupos por temática.

El siguiente cuadro nos muestra la relación de los grupos y los atributos generales, pero además nos muestra el vínculo que existe entre los grupos de las tarjetas postales recolectadas y el o los atributos turísticos que destacan en su representación, por ejemplo, el grupo de las tarjetas postales que representan la calle Jaén, tienen un 27,27 % de representación de los 11 atributos generales propuestos en esta investigación, por otro lado este grupo de tarjetas postales de la calle Jaén tienen una representación del 58,33 % de los atributos generales de la imagen turística representa, en este caso la arquitectura es uno de los atributos que está representado en las tarjetas postales fotográficas de la calle Jaén, pero su representación tampoco es muy buena, alcanza al 58,33 %.

	atributos generales	**descripción del atributo**
1.- Calle Jaén	27,27 %	58,33 %
2.- Calle Linares	26,13 %	69,79 %
3.- Ciudad	9,09 %	81,94 %
4.- Panorama	38,63 %	80,55 %
5.- Feria 01	17,61 %	64,93 %
6.- Feria 02	15,9 %	72,22 %

7.- Festival	13,63 %	72,91 %
8.- Gente 01 - 02	19,6 %	68,75 %
9.- Illimani	40,90 %	91,66 %
10.- Teleférico	41,36 %	77,22 %
11.- Sitios y lugares	40,90 %	91,66 %
Promedios generales	25,63 %	75,45 %

Es muy claro el interés por determinados lugares, como la calle Jaén o la calle Linares, dejando de lado otros sitios de la ciudad de La Paz que son también de interés turístico o que tienen potencial turístico y que son parte de la imagen turística de la ciudad de La Paz, por ejemplo, el Prado o la plaza Avaroa.

25,63 %

Es el alcance que tiene la imagen fotográfica de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz a un 100 % de los atributos generales que construyen la imagen turística de la ciudad de La Paz

75,45 %

Es el alcance que tiene la imagen fotográfica de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz a 100 % del o de los atributos generales de la imagen turística que están representados en estas tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz.

Los atributos turísticos más representados en las tarjetas postales en las diferentes categorías de descriptores visuales y descriptores temáticos son los siguientes:

Atributos turísticos	**Descriptores visuales**		**100 %**

Arquitectura	**Edificios y ciudad**	27 de 48	56.25 %
Personas hospitalarias y cálidas	**Chola paceña**	17 de 48	35.41 %
Geografía y topografía	**Montañas**	15 de 48	31.25 %
Otro	**Aguayo**	13 de 48	27.08 %

Atributos turísticos	**Descriptores temáticos**		**100 %**
Arquitectura	**Arquitectura**	27 de 48	56.25 %
Personas hospitalarias y cálidas	**Mujer, indígena**	17 de 48	35.41 %
Geografía y topografía	**Topografía**	15 de 48	31.25 %
Otro	**Cultura indígena**	13 de 48	27.08 %

6.3. El mensaje fotográfico de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz.

Descriptores visuales y descriptores temáticos en las tarjetas postales fotográficas por grupos.

1.- Calle Jaén

Descriptores visuales	**Descriptores temáticos**
Calle empedrada y angosta **casas con balcones y faroles** **Techos de tejas** **Casas coloniales**	Calle de paseo Arquitectura Historia

De acuerdo con los descriptores visuales y los descriptores temáticos, el principal atributo representado en este grupo de tarjetas postales fotográficas es el atributo de arquitectura.

2.- Calle Linares

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
Fetos de llama disecados (sullus) **Esculturas, amuletos, aretes y collares** **Balcones casas coloniales** **tejidos, aguayos** **medicina natural** **chola paceña**	sacrificios, ofrenda, superstición artesanías arquitectura turismo mujer indígena

De acuerdo con los descriptores visuales y los descriptores temáticos, el principal atributo representado en este grupo de tarjetas postales fotográficas es el atributo de sitios de interés turístico, pero además es en este grupo y en otros donde destaca la presencia del objeto aguayo, tejido tradicional andino.

3.- Ciudad

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
edificios **montañas** **cilíndrico**	arquitectura topografía accidentada no convencional, moderno

De acuerdo con los descriptores visuales y los descriptores temáticos, el principal atributo representado en este grupo de tarjetas postales fotográficas es el atributo de arquitectura.

4.- Panorama

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
Ciudad	Aglomeración urbana, tráfico

Montañas **Montaña nevada de tres picos**	vehicular. Cordilleras Montaña icono

La vistas panorámicas de la ciudad de La Paz están siempre acompañadas por las montañas, de acuerdo con los descriptores visuales y los descriptores temáticos, el principal atributo representado en este grupo de tarjetas postales fotográficas es el atributo de arquitectura y un poco al atributo sitios naturales de interés.

5.- Feria 01

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
Chola paceña **frutas, banana, manzana, papaya y limón** **Pared con fisura** **venta de sombreros** **flores** **vendiendo chuño y pasankalla**	persona indígena con exótica vestimenta alimentos exóticos en La Paz Pobreza, descuido Gala alimento tradicional

6.- Feria 02

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
chola paceña **mercado callejero** **flores**	mujer indígena tradición género y generación

Papa lisa	mercado andino productos agrícolas exóticos

Entre los descriptores visuales y los descriptores temáticos, destaca “la chola” como representación del atributo turístico “personas hospitalarias y cálidas”, debemos también mencionar que la presencia de la “chola” en las fotografías de las tarjetas tiene mucha connotación de habitantes indígenas, mujeres exóticas o por la vestimenta que la “chola” lleva, la pollera a la usanza de la época colonial. Estamos seguros se podría encontrar otras connotaciones en este tema, sobretodo de acuerdo a la mirada personal, pero en referencia al turismo y el atributo que representa, podemos mencionar que la “chola” es uno de los personajes emblemáticos de la ciudad de La Paz, la chola es un personaje singular no solo de la ciudad sino también de país y porque no del continente sudamericano, lo que la hace singular es su vestimenta y la posibilidad de hablar el idioma nativo, aimara principalmente.

7.- Festival 01

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
figura del Ekeko **objetos en miniatura** **sahumerios** **tabaco y coca** **chola paceña** **montañas**	diosecillo deseo de logros personales ceremonias plantas ceremoniales mujer indígena tradición dioses andinos

En la temática de festivales, solo se pudo encontrar tarjetas postales con fotografías del festival paceño de “las Alasitas”, específicamente fotografías de la figura del diosecillo andino de la abundancia el “Ekeko”. El festival de las Alasitas” representa un atractivo turístico por todas sus características y tiene mucho valor cultural histórico para la ciudad de La Paz.

8.- Gente 01 – 02

Descriptores visuales	Descriptores temáticos
Chola paceña **ciudad** **montañas y nevado** **ropa tradicional** **niño indígena** **teleférico**	mujer indígena caos vehicular, contaminación sonora modernidad e indígenas inocencia originario, indígena, autentico altura sobre el nivel del mar.

De la fotografías que encontramos que representara principalmente a las personas de la ciudad, las representaciones más recurrentes son las representaciones de la “chola” en diferentes facetas, y principalmente acompañada por un bebé o un aguayo. Debemos mencionar que existe una notoria ausencia del varón o del “cholo”.

Vamos a destacar el hecho de que las fotografías que retratan a las personas, en su mayoría, podríamos decir que son “furtivas”, es decir que retratan a la persona de manera que no se da cuenta que es capturada por la lente del fotógrafo, aparentemente.

9.- Illimani

Descriptores visuales	Descriptores temáticos

mujer aimara **llama** **lllimani**	indígena exótico montañas

Sin duda el nevado Illimani representa el principal emblema de la ciudad de La Paz, reflejado en el escudo de armas de la ciudad, está casi siempre presente en las tarjetas postales que tiene una foto panorámica de la ciudad y es un interesante sitio de interés natural. Existe también la presencia de un animal emblemático de la regio, la llama, aunque en representada en una sola tarjeta postal, nos recuerda la existencia de la imagen de la fauna paceña.

10.- Teleférico

Descriptores visuales	**Descriptores temáticos**
teleférico **ciudad** **montañas**	modernidad aglomeración de personas Topografía

De acuerdo con los descriptores visuales y los descriptores rematicos, el principal atributo representado en este grupo de tarjetas postales fotográficas es el atributo de geografía y topografía, representadas por las panorámicas y las montañas, aunque también es posible apreciar arquitectura.

11.- Sitios y lugares

Descriptores visuales	**Descriptores temáticos**

Plaza	Punto de reunión
Monumentos	Héroes
Iglesia católica	Religión
Edificio gubernamental	Política
Gente y palomas	Recreación
plaza y monumentos	arqueología
montaña	Paisajes

En este grupo destaca principalmente la arquitectura en las representaciones fotográficas de las tarjetas postales según los descriptores visuales, en relación a los descriptores temáticos, los temas son diferentes y variados.

En general los descriptores visuales son variados, pero destacan las postales fotográficas con imágenes de la arquitectura y la topografía de la ciudad de La Paz presentes en veintisiete tarjetas postales fotográficas, las mujeres vestidas de manera tradicional o dicho de una manera más clara, como cholas paceñas, representadas en diez y siete postales fotográficas de cuarenta y ocho, las montañas y la permanente presencia del nevado Illimani representado en quince de las cuarenta y ocho postales fotográficas, y también debemos resaltar que el aguayo tiene presencia en trece de cuarenta y ocho postales fotográficas.

Debemos destacar que el descriptor visual se torna en un descriptor temático, este último, un poco más difícil de identificar, pues involucra al observador también, en este caso a nosotros, y nosotros tratamos de ser lo más objetivos posible, aun así, estamos seguros que otros espectadores u observadores podrían tener otra lectura de la fotografía de la tarjeta postal, eso quiere decir que el aprendizaje del lenguaje de la fotografía es permanente.

6.4. Análisis del mensaje fotográfico de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz.

El mensaje que se resalta en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz según sus descriptores visuales y sus descriptores temáticos representados en el siguiente cuadro:

Atributos turísticos	**Descriptores visuales**		**100 %**
Arquitectura	**Edificios y ciudad**	27 de 48	56.25 %
Personas hospitalarias y cálidas	**Chola paceña**	17 de 48	35.41 %
Geografía y topografía	**Montañas**	15 de 48	31.25 %
Otro	**Aguayo**	13 de 48	27.08 %

Edificios y la ciudad, es el descriptor visual más repetido en la muestra de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz como nos muestra este cuadro, este descriptor loa asociamos con el atributo turístico; arquitectura , entre los edificios destaca la Basílica de San Francisco, del cual existen varias tarjetas postales, también destaca la calle Jaén y las fachadas y sus balcones, seguidos por los edificios de la plaza Murillo, La catedral, el palacio legislativo y el palacio ejecutivo, por último, entre las tarjetas con pocas o únicas muestras con el descriptor de edificios y la ciudad tenemos al estadio Hernando Siles, la iglesia de San Miguel en la zona de Calacoto, la plaza Franz Tamayo y las panorámicas de la ciudad. También debemos mencionar que la ciudad está construida entre montañas, y esas construcciones en las laderas empinadas son las que también están representadas en las tarjetas postales fotográficas.

Chola paceña, este descriptor visual es asociado con el atributo turístico; Personas hospitalarias y cálidas, es uno de los descriptores que más se repiten y entre las personas, entre varones y mujeres, la chola paceña es la más, si no la única, representada en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, en muchas de sus facetas, pero

siempre destacando su vestimenta. Probablemente en la opinión de algunas personas no podríamos considerar a todas las mujeres que están representadas en las tarjetas postales fotografías como cholas paceñas, aunque el título de la tarjeta postal así lo indique, tal vez podemos considerarlas a todas cholas pero no a todas cholas paceñas, el tema de las polleras es siempre un tema amplio de estudio.

Montañas, es una de los descriptores que más se repiten también y además es uno de los que tiene deferentes combinaciones con otros atributos turísticos, principalmente son escenas panorámicas de la cuidad de La Paz y sus montañas, donde destaca el nevado Illimani, La ciudad de La Paz se asienta en un valle entre las montañas de la cordillera Real, a donde se mire, se verán montañas y por la altura a nivel del mar, es posible tener un panorama de la cordillera Real y sus montañas nevadas connotan el clima de la ciudad.

Aguayo, aunque no lo relacionamos directamente con un atributo general de la imagen turística, destacamos su repetida presencia en las unidades de estudio de la muestra, es tan intensa el deseo de representar el aguayo en las fotografías de las tarjetas postales que en alguna de las tarjetas se recurre a una exagerada manipulación para saturar la fotografía con aguayos, además de eso es importante resaltar su presencia permanente junto a la chola paceña.

Atributos turísticos	**Descriptores temáticos**		**100 %**
Arquitectura	**Arquitectura**	27 de 48	56.25 %
Personas hospitalarias y cálidas	**Mujer, indígena**	17 de 48	35.41 %
Geografía y topografía	**Topografía**	15 de 48	31.25 %
Otro	**Cultura indígena**	13 de 48	27.08 %

Los descriptores visuales se transforman en descriptores temáticos, como en el anterior cuadro nos muestra, los cuales son subjetivos a la interpretación, entonces el análisis debe ser o tratar de ser más objetivo.

Arquitectura, en la temática de la arquitectura, de los edificios y las tomas fotográficas de la ciudad, podemos destacar en primer lugar, y no por importancia, que se representa o

se trata de representar arquitectura colonial, destacando la arquitectura de la calle Jaén, arquitectura religiosa, con la presencia en las representaciones la catedral basílica de Nuestra Señora de La Paz y la basílica de San francisco, pero también podemos mencionar que la Iglesia de San Miguel de la zona de Cala Coto y el edificio Torre de las Américas están representados en las tarjetas postales, mostrando una arquitectura más moderna, aunque son de las menos representados. Que destaque la arquitectura colonia en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz ya nos da una idea de la imagen turística de la ciudad de La Paz, es decir, si bien destaca la arquitectura entre los atributo general de la imagen turística, podríamos relacionar con el tipo de arquitectura que destaca, arquitectura colonial.

Mujer, indígena, son descriptores temáticos relacionados con el descriptor visual que es la presencia de la chola paceña, que no es más que una mujer indígena que aun viste a la usanza de la época colonial, exótica vestimenta para muchos visitantes, además que se la muestra en diferentes facetas, como si fuera la única ciudadana de la ciudad de La Paz y también se puede destacar que por su vestimenta, es decir por las ligeras variaciones en la vestimenta de la chola se pueden distinguir diferencias sociales, culturales y geográficas por ejemplo.

Topografía, otro atributo que resalta entre la muestra, destaca el entorno de la ciudad de La Paz y es posible caer en conjeturas como el clima, la altura sobre el nivel del mar y sus consecuencia de aclimatación, tipo de actividades entre otras conjeturas. Además se destaca el hecho de que la ciudad de La Paz está construida entre y sobre las montañas.

El aguayo, que está representado muchas veces entre la muestra de tarjetas postales fotográficas lo asociamos con la cultura nativa y/o indígena, el aguayo va íntimamente relacionado con la mujer, la única que la usa o principalmente, así lo muestran las representaciones en las tarjetas postales fotográficas, el aguayo tiene una connotación más allá de lo exótico y pintoresco, el tipo de aguayo nos muestra la procedencia de la cultura que la utiliza, es decir que aún tiene vigencia y se resiste a desaparecer. Es un ejemplo que la resistencia cultural al colonialismo junto a las polleras de las mujeres paceñas.

6.5. Identificamos elementos en las tarjetas postales fotográficas propios de la actividad turística de la ciudad de La Paz según los atributos que forman la imagen turística.

Son pocos los elementos que están representados en las tarjetas postales, en algunos casos las representaciones de alguno de los atributos tienen representación abundante. Los elementos identificados son según su importancia o repetición en las representaciones fotográficas, edificios, la ciudad, las montañas, la chola paceña y el aguayo.

Entre los sitios, actividades, objetos y personas que están representados y son de interés turístico podemos mencionar entre los sitios de interés turístico a la calle Jaén, La iglesia San Francisco, La plaza Murillo, la catedral, el palacio ejecutivo, el palacio legislativo, el teleférico, la calle Linares, el valle de la luna, el Illimani, el Huayna potosí, el mercado de las brujas, el ekeko y entre las personas la chola paceña.

6.6. Títulos de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz.

	Títulos de las tarjetas postales estudiadas.
1.-	Entrada del Pasaje Jaén
2.-	Pasaje Jaén
3.-	Las cuatro estaciones
4.-	Museo "Casa de Murillo", Calle Jaén
5.-	Calle de las brujas
6.-	Calle Linares
7.-	Calle de las brujas: Chifleras

8.-	Venta de artesanías calle Linares
9.-	Imponentes edificios que demuestran el modernismo de una ciudad
10.-	Cholita selling tropical fruit in market, La Paz
11.-	Escogiendo un sombrero en el mercado, La Paz
12.-	Cholita selling flowers in market, La Paz
13.-	Vendedora de pasankallas
14.-	Mercado de flores, La Paz
15.-	Nativas del altiplano
16.-	Ekeko, Festival de las alasitas, La Paz.
17.-	Ekeko "dios de la abundancia"
18.-	Aimara ladies chewing coca leaves at festival La Paz
19.-	Ritual a la madre-tierra (pachamama) por sacerdotizas aymaras en la ceja de El Alto. Al fondo la ciudad de La Paz
20.-	La Paz, Mt Illimani (6439) and cholita
21.-	Aymara lady from La Paz altiplano
22.-	Cute aymara baby, La Paz

23.-	Aymara mother and baby, La Paz
24.-	Mujer Aymara e hijo
25.-	Panorama de la ciudad y Mi Teleférico
26.-	Músicos andinos en la ceja de la ciudad de El Alto, al fondo la moderna arquitectura de La Paz, adornada con la cordillera de los Andes
27.-	Picardia. Cholitas paceñas
28.-	Vista panorámica de La Paz y Nevado Huayna Potosí (6088m)
29.-	Vista Panorámica
30.-	Vista Panorámica de la ciudad Nevado Illimani
31.-	Vista Panorámica del Illimani
32.-	Estadio Nacional Hernando Siles y Plaza Tejada Sorzano, La Paz.
33.-	La Paz Bolivia Plaza Murillo y Catedral M.
34.-	Iglesia San Francisco. La Paz.
35.-	Fachada de la Basílica de San Francisco y Convento, fotografía antigua, Ciudad de Nuestra Señora de La Paz Bolivia.
36.-	Plaza Murillo donde se encuentra el palacio de gobierno y el palacio legislativo en la ciudad de nuestra señora de La Paz sede de la república de Bolivia.

37.-	Plaza Murillo La Paz
38.-	Plaza e Iglesia de San Francisco
39.-	Congreso de la República
40.-	Iglesia de San Miguel Arcángel Zona Sur.
41.-	Plaza del estudiante. Universidad Mayor de San Andrés.
42.-	Llamera, transporte en llama al fondo el nevado Illimane
43.-	Espacio geográfico con figuras fantásticas llamado "valle de la luna", cerca a la ciudad nuestra señora de La Paz
44.-	Mi teleférico
45.-	Línea Amarilla del teleférico y el centro de La Paz
46.-	Línea Verde del Teleférico, Cementerio Jardín y Ciudad Satélite, La Paz
47.-	Línea Amarilla del Teleférico y nevado Illimani (6439m), La Paz
48.-	Línea Roja del Teleférico y Nevado Illimani (6439m) con neblina sobre La Paz después del amanecer

En los anteriores títulos de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz se puede corroborar la repetitiva presencia del Illimani, de la mujer indígena o chola paceña.

Además, también la repetitiva presencia de más montañas y cordillera en los títulos y de la palabra aimara, que claramente tiene una connotación de raza.

En general los títulos cumplen su propósito objetivamente, describen el contenido de las tarjetas postales fotográficas, pero hay títulos que claramente dirigen la idea, porque en algunos casos el titulo no concuerda con la fotografía.

Algunas observaciones de los títulos, ninguno de los títulos mencionan que la ciudad de La Paz está a 3600 metros sobre el nivel del mar. Solo mencionan a la cultura aimara como población de la ciudad, sin mencionar la diversidad de culturas y nacionalidades conviven en la ciudad de La Paz. Muchos de los títulos están en torno a la mujer, la menciona como chola, cholita o mujer aimara, sin explicar con claridad la connotación que tiene la palabra chola. No todas las tarjetas postales tienen el año de la fotografía, valioso dato para las referencias.

Podemos añadir también el hallazgo de fotografías en las tarjetas postales que estaban trucadas o que postales con fotografías con un mensaje connotativo interesante. **Anexo 2.**

6.7. Conclusiones y recomendaciones.

6.7.1. Conclusiones.

Podemos concluir de acuerdo al trabajo realizado que: “la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz responde parcialmente a la imagen turística de la ciudad de La Paz”, porque la representatividad de los atributos o valores que forman o se pretende que formen la imagen turística de la ciudad de La Paz solo llega a un 25 % aproximadamente en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, porcentaje bajo y que nos lleva a esa conclusión. Eso quiere decir también que hay un 75 % aproximadamente de los atributos generales de la imagen turística de la ciudad de La Paz que no son representadas en las tarjetas postales fotográficas.

La imagen turística de la ciudad de La Paz está formada o construida en el tiempo como nos muestra el siguiente cuadro:

Imagen turística de la ciudad de La Paz.		
Imagen Turística Percibida	**tiempo**	**Imagen Turística Emitida**
Imagen A Priori		Imagen Histórica
Imagen In Situ		Imagen Efímera
Imagen A Posteriori		Imagen Inducida
Imagen Turística Modificada de la ciudad de La Paz		

Elaboración propia.

Por un lado tenemos la imagen turística percibida, es decir desde la percepción del turista y por otro lado la imagen turística emitida, es decir, la imágenes turísticas emitida por la ciudad de La Paz, siendo estas históricas, efímeras o imágenes inducidas a la visita. Estos elementos a través del tiempo se transformaran en una imagen turística modificada.

Los atributos que forman parte de la imagen turística de la ciudad de La Paz se dividen en dos tipos, como en el siguiente cuadro se detalla, atributos naturales y atributos culturales, la geografía y topografía, el clima, la riqueza y belleza paisajística, los sitios de interés natural, lugares de interés histórico cultural, lugares y actividades turísticas, arquitectura y edificaciones, personas hospitalarias y cálidas, gastronomía, festivales y ferias y vida nocturna y entretenimiento, son los atributos que ayudarían a describir la imagen turística de la ciudad de La Paz.

Atributos generales de la imagen turística
Geografía y topografía

Clima
Riqueza y belleza paisajística
Sitios de interés natural
Lugar de interés histórico/cultural
Lugares y actividades turísticas
Arquitectura y edificaciones
Personas hospitalarias y cálidas
Gastronomía
Festivales y ferias
Vida nocturna y entretenimiento

La imagen turística de la ciudad de la Paz, en función a los onces atributos turísticos que se tomaron en cuenta, podemos decir que son tres los atributos los que destacan de la ciudad de La Paz en las tarjetas postales fotográficas, son atributos claros de reconocer, la geografía de la cuidad, su arquitectura colonial y moderna y su gente representada por la mujer paceña, la chola paceña, sin olvidar la recurrente presencia del objeto aguayo en muchas de las tarjetas postales fotográficas. Así lo demuestran las tarjetas postales que hemos analizado.

La perspectiva que tomamos para analizar la imagen turística nos ayudó a entender que en la construcción de la imagen turística también están presentes agentes internos, agentes propios de la imagen turística emitida, parte importante de la construcción de la imagen turística en general, que pueden tomar parte en la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz a través de las tarjetas postales fotográficas, por ejemplo, pero además eso demuestra que cualquier otro medio visual podría ser utilizado para difundir la imagen turística que beneficie y especialmente refleje la real imagen turística de la ciudad de La Paz. Esto nos ayuda a entender un poco más la complejidad de la construcción de la imagen turística, nos ayuda a entender, una vez más, que nosotros podemos formar parte de la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz, a través de las imágenes emitidas turísticas.

Existen tarjetas postales fotográficas que se repiten mucho más que otras, podríamos decir que son las que más mayor es su éxito en el mercado, es decir los turistas las compran más, porque las tarjetas postales están destinadas a los turistas, los turistas llegan a la ciudad de La Paz con una mirada o imagen a priori y con sus propias expectativas, pero también podemos decir que la reiteración de la fotografía en algunas de las tarjetas postales muestran una realidad y una imagen que va consolidándose de ciudad de La Paz.

Pero también podemos pensar que se trata de una pobre propuesta por parte de los fotógrafos que son autores de las postales o por parte de las editoriales y el poco interés de las instituciones públicas para trabajar en la imagen de la ciudad de La Paz usando las tarjetas postales fotográficas para la difusión de la imagen turística de la ciudad de La Paz, resaltando los otros atributos más en los que destaca la ciudad de La Paz, porque las fotografías no se actualizan, y se reeditan postales de años pasados ,por ejemplo, o probablemente el stock no se ha termina.

Sin embargo, también debemos notar la connotación que conlleva la reiteración de descriptores temáticos y visuales, que se enfocan en tres de los once atributos generales que forman la imagen turística de la ciudad de La Paz, es porque esos atributos destacan en la imagen turística de la ciudad de La Paz, es decir, si se repite debe ser porque es verdad, pero como decimos el vínculo entre la imagen turística y la fotografía de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz es parcial, es incompleta, porque hay imágenes muy paceñas que resaltarían muchos atributos turísticos que no están plasmados en las tarjetas postales aún y que podrían ayudar a la construcción de la imagen turística, su diversificación y consolidación.

La ciudad de La Paz ha sufrido grandes transformaciones, sobre todo con el transporte público por cables, el teleférico, ha añadido un gran elemento de modernidad a la ciudad y del cual se han hecho nuevas tarjetas postales fotográficas, sin embargo, la vida de los ciudadanos no deja de ser de hábitos tradicionales, la vestimenta, por ejemplo, destaca entre las tarjetas postales fotográficas la representación de la chola, con una manera de vestir de vestigios coloniales, y la connotación de todo eso, es una ciudad de indígenas, es una ciudad de cholas y cholos poscolonial, aunque el cholo ya no viste tradicionalmente, podríamos pensar que por esa razón no hay postales de cholos, pero eso no quiere decir

que no existan los cholos, otra cosa es que no están representados en las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, de esa manera vamos encontrando la brecha entre la imagen turística de La ciudad de La Paz y la fotografía de las tarjetas postales, sería bueno ver postales de la chola paceña junto al chuta, por ejemplo. Pero además podríamos pensar que la presencia de la mujer sin la presencia de varón tiene una connotación de género, hablando ya de los descriptores temáticos. 17 de 48 postales tiene la presencia de una mujer, exactamente de cholas, y en ninguna hay un varón o cholo. ¿Por qué? Y la respuesta es muy personal del observador, pero estamos seguros que el género algo tiene que ver y principalmente su vestimenta de la chola, vestimenta exótica. Si bien la vestimenta de la chola tiene indicios coloniales, los hábitos de las cholas son muy andinos también, aunque no hemos podido encontrar muchas tarjetas postales con fotografías que demuestren esto, y tampoco de los hábitos adquiridos en la colonia, la presencia del objeto aguayo nos muestra una clara insistencia de preservar la cultura pre colonial andina.

Es importante resaltar la presencia del título de las fotografías en las tarjetas postales, pues estos deberían ayudar a reconocer y recordar el lugar fotografiado, pero también dan una idea de lo que se ve en la fotografía, una idea impuesta por el autor de la fotografía o por la editorial. Es recurrente la palabra “aimara” en los títulos de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz que fueron analizadas, seis de cuarenta y ocho títulos tienen la palabra aimara, una vez más, refuerza la imagen turística de una ciudad nativa o indígena, podríamos pensar, por ejemplo, también la palabra chola es muy repetitiva, consolidando ese mensaje de ciudad indígena que proyectan las fotografías de las tarjetas postales.

Cada una de las fotografías contienen mucha información, nosotros tan solo analizamos los atributos o valores turísticos generales en cada una de las tarjetas postales fotográficas de la ciudad de La Paz, pero tienen más información aun, información sociológica, antropológica, por ejemplo. Las tarjetas postales fotográficas son de gran valor documental, investigarlas y archivarlas, preservará importante información de la ciudad de La Paz para su futura investigación.

Los sitios y elementos que están fotografiados y plasmados en las tarjetas postales son, la plaza murillo, la plaza Franz Tamayo (plaza del estudiante), la iglesia de San Miguel, la

iglesia San Francisco, el palacio legislativo, el palacio de gobierno, la catedral de la ciudad de la Paz, el teleférico, el nevado Illimani, edificio torre de las Américas, la calle Jaén, la calle Linares, la plaza Tejada Sorzano, la chola paceña, el aguayo, esos son los elementos y lugares que están plasmados en las tarjetas postales fotográficas de la muestra.

¿Qué es lo que comunican las tarjeas postales? Tienen un mensaje denotativo, que es la continua repetición de tres principales atributos turísticos de la ciudad de La Paz de once que de analizaron, sus montañas y el Illimani, atributo geográfico, la arquitectura y la mujer con su tradicional vestimenta; la de la chola paceña y el aguayo, esos son los elementos que muestran una ciudad en un valle entre las montañas nevadas de la cordillera de Los Andes centrales habitada por indígenas que visten a la usanza de la época de la colonia. Los descriptores visuales más recurrentes son montañas, edificios y la mujer con su aguayo.

Cuando el visitante llega a La Paz, puede ver como el colonialismo pego en la cultura, pero también es muy tangible la resistencia de la cultura ancestral, después de mucho tiempo, después de que pusieran las iglesias católicas en los lugares sagrados para la cultura que ya habitaba Chukiawu Marka, se resisten a olvidar y practicar su derecho a desarrollar su cultura ancestral, las cosa las hacen a la manera andina porque están en los Andes sud Americanos.

Son pocos los elementos que están plasmados en las tarjetas postales que realmente sean propios de la actividad turística, podemos mencionar las tarjetas que tienen como fotografía la calle Linares y las tiendas de venta de artesanía para turistas, la plaza e Iglesia San Francisco, la plaza Murillo y el Valle de la Luna.

Si hablamos de sitios naturales de interés turístico, de casi 50 tarjetas postales recolectadas en el periodo de investigación, una sola de ellas tiene la representación de un sitio natural de interés turístico, el valle de la luna, sabemos que existen otros sitios naturales de interés turístico como el Valle de las Ánimas o la Muela del Diablo, pero no están representados en las tarjetas postales fotográficas.

6.7.2. Recomendaciones.

El aporte de la imagen turística emitida a la construcción de la imagen turística en general es importante y recomendamos su atención, porque los sitios visitados y en específico los ciudadanos de los sitios visitados pueden ser parte de los agentes emisores de imágenes turísticas, y las instituciones deberían estar obligadas a emitir imágenes turísticas para construir una imagen turística competitiva en el mercado del turismo también, por lo menos las instituciones relacionadas con el desarrollo del turismo.

La fotografía es un medio por el cual se podría transmitir o emitir imágenes turísticas de gran valor y beneficio para la ciudad de La Paz, su dominio técnico y su utilización creativa debería ser aprovechada para mejorar la imagen turística de la ciudad de La Paz, y no solo eso, la fotografía en especial en las tarjetas postales, preservan la historia de la ciudad de La Paz en fotografías y es muy recomendable que se impulse la impresión de nuevas y mejores tarjetas postales turísticas que aporten a la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz y su preservación.

También debería llegar a representarse todos aquellos valores y atributos que forman la imagen turística o que quisiéramos que formaran o construyeran la imagen turística de la ciudad de La Paz en la fotográfica de las tarjetas postales de la ciudad de La Paz para que exista una representación completa de los valores o atributos reales de la ciudad de La Paz que construyen su imagen turística.

Queremos resaltar también que la representación de lo real y verdadero de la ciudad de La Paz será siempre lo mejor, pues de esa manera la brecha entre el mensaje de la fotografía de las tarjetas postales y la realidad de la ciudad de La Paz se reduciría, hasta el punto de eliminar esa brecha.

Es importante recuperar el uso de las tarjetas postales fotográficas como agente de formación e impulso de la imagen turística de la ciudad de La Paz. Es interesante saber que existen editoriales peruanas que impriman postales de la ciudad de La Paz, eso demuestra que estamos perdiendo grandes oportunidades que están siendo aprovechadas por otros países.

La fotografía al ser una representación de un instante de la realidad tiene la gran propiedad de comunicar mucha información, pero el lenguaje de la fotografía necesita de un aprendizaje y una actualización continua, más se comprende el lenguaje fotográfico, más y mejor se podrá entender el mensaje de la fotografía observada, por lo tanto, es necesario aprender el lenguaje técnico de la fotografía, que nos ayudara a entender los descriptores visuales o denotativos, pero existe otra parte del mensaje fotográfico que están representados por descriptores temáticos o connotativos, estos descriptores son más complejos y la lectura e interpretación es muy personal, cultural, o de género, por ejemplo, eso quiere decir que si la fotografía no es clara en sus descriptores visuales y temáticos podrían causar confusión o dar un mensaje incompleto o equivocado, podría ser una fotografía muy linda pero podría estar difundiendo un mensaje equivocado o podría tener deficiencias de diseño o composición.

También es importante y no debemos olvidar que el titulo debe ser lo más objetivo posible, y si el caso lo amerita además del título, podría ser conveniente una pequeña descripción de la fotografía. Son importantes los datos complementarios en los títulos, mencionar la altura en la ciudad de La Paz en relación al nivel del mar, los datos y fechas históricas, el año de la fotografía, por ejemplo.

En la imagen turística de la ciudad de La Paz, todos los ciudadanos son parte de esta imagen y pueden ser agentes que difundan o coadyuven a la difusión de una imagen turística positiva, es nuestra propia imagen y primero debemos cuidarla, y luego difundir lo más destacable de la imagen de la ciudad, todos los ciudadanos son interesados en tener una buena imagen como ciudad, y para lograr una diversificación de esta imagen, primero es necesario plantear una línea de la imagen que se quiere destacar, pero también es importante que las diferentes miradas individuales puedan ser consideradas y para eso los concursos fotográficos son una gran fuente de ideas y miradas, pero también se debe tomar en cuenta a los fotógrafos profesionales, aunque sus honorarios sea altos. Y que las instituciones académicas que cuente con editoriales puedan dar un espacio a ediciones y series de tarjetas postales fotográficas. Al igual los periódicos podrían tener ediciones especiales de tarjetas postales, y que se retomen las ediciones que salían en la agenda cultural Jiwaki del gobierno autónomo municipal de La Paz.

Es importante trabajar con los atributos turísticos que forman parte de la imagen turística más destacables y positivos de la ciudad, para poder difundirlos y diversificar la imagen que se presentan en las actuales tarjetas postales fotográficas.

El tema es que debemos reconocer que las tarjetas postales no han caído en desuso y que son un medio para la difusión de la imagen turística más completa, también debemos ser nosotros, los ciudadanos paceños quienes consumamos las tarjetas postales fotográficas y en lo posible mandarlas a nuestros amigos en otros países.

Debemos apropiarnos de las tarjetas postales y utilizarlas a favor de la imagen turística de la ciudad de La Paz, si bien su uso para el que en un principio está cayendo en desuso y su mercado es un mercado reducido de románticos, debemos darles un valor, aun pensamos que pueden ser objetos de colección, por ejemplo, u objetos de promoción, el apropiarnos de este "instrumento" nos dará la oportunidad de darle el uso que más conveniente podría ser para la construcción de la imagen turística de la ciudad de La Paz.

7. Bibliografía empleada.

- ÁVILA A. Roberto B. (1997). Guía para elaborar la tesis., Lima Perú: Estudios y Ediciones R.A.

- BARTHES Roland. (1986). Lo obvio y lo obtuso Imágenes, gestos, voces. Barcelona España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

- Custodio Ruiz Angela. (2008, agosto 5). Métodos y técnicas de investigación científica. Disponible en: https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/

- ECHTNER Charlotte M. y RITCHIE J.R. Brent. The Meaning and Measurement of Destination Image, (2003). Disponible en:http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.89.3276&rep=rep1&type=pdf. Consulta 07 nov. 2017.

- GÓMEZ Marcelo M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica., Córdoba argentina: Editorial Las Brujas.

- GONZALES Ghaddra M. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa., La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

- JENKINS Olivia H. Understanding and Measuring Tourist Destination Images. (1999). Disponible en: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.390.9401&rep=rep1&type=pdf Consulta 07 nov. 2017.

- LEAL Jose Perez. (2010). Que es operacionalización de variables. Disponible: https://asesoriatesis1960.blogspot.com/2010/08/asesoria-de-tesis-trabajos-de-grado-e_28.html.

- MESILI Alain. (2013). La Paz Entre Cielo y Tierra. La Paz: Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.

- MARZAL F. Javier. Propuesta de Análisis de la Imagen Fotográfica, (2004), disponible en: www.analisisfotgrafico.uji.es, Consulta 07 nov. 2017.

- POOLE Deborah. (2000). Visión, raza y modernidad. Lima: Sur casa de estudios del socialismo.

- SÁNCHEZ Walter C. (2009). Miradas., Bolivia: editorial Gente Común.

- SUÁREZ SAAVEDRA Fernando. (2011). Historia de la fotografía en Bolivia Sucre-Bolivia: Servicios gráficos IMAG.

- PEREA Lucinde. Tipología de las tarjetas postales, (2014). Disponible en: http://slideplayer.es/slide/1517231/, Consulta 05 Nov. 2017.

- Gobierno Autónomo departamental de La Paz, (2016). Guía Turística del Departamento de La Paz. La Paz-Bolivia: Dirección de Turismo.

- Jiwaki, revista municipal de culturas #63 (2017). La Paz, Capital Iberoamericana de las culturas 2018. La Paz: Artes Gráficas CIBELES SRL.

- La Paz de facto capital city of Bolivia. Disponible en: https://cities.new7wonders.com/wonders/la-paz-bolivia/, Consulta el 07 nov. 2017

- Norma ISAD (G) o Norma Internacional General de Descripción Archivística. Disponible en: https://www.ecured.cu/Norma_ISAD(G), Consulta el 07 nov. 2017.

- La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. Disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_8.pdf, Consulta 25 oct. 2017.

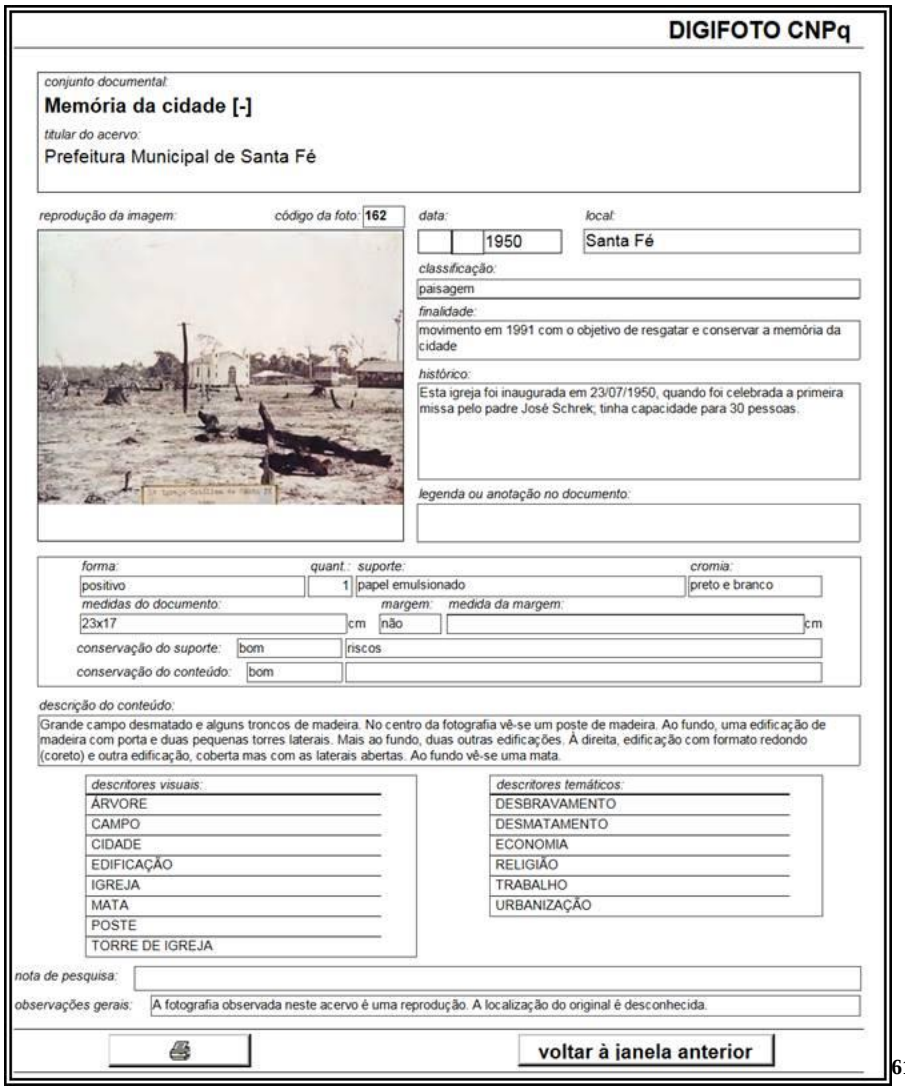
- Los 7 valores que hacen de la ciudad de La Paz una ciudad maravillosa. Disponible en: https://medium.com/@margaritapalacios/conozca-los-7-valores-que-hacen-de-la-paz-una-ciudad-maravillosa-c8a9ca4b311c, Consulta el 03 oct. 2017.

- El contexto archivístico como directriz para la gestión documental de materiales fotográficos de archivo. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762008000200002 Consulta 07 nov. 2017.

- El río Choqueyapu y el alcantarillado de la ciudad de La Paz (1913-1977). Disponible en: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/hrch/n38/n38_a06.pdf Consultado 07 nov. 2017

- Rev. Soc. Quím. Perú Lima. 2007, Las variables en el método científico disponible en: https://onedrive.live.com/edit.aspx?cid=34163c39035c918b&page=view&resid=34163C39035C918B!225&parId=34163C39035C918B!101&app=Word

ANEXO 1.



DIGIFOTO CNPq

conjunto documental:
Memória da cidade [-]
titular do acervo:
Prefeitura Municipal de Santa Fé

reprodução da imagem: *código da foto:* 162

data: 1950 *local:* Santa Fé

classificação: paisagem

finalidade: movimento em 1991 com o objetivo de resgatar e conservar a memória da cidade

histórico: Esta igreja foi inaugurada em 23/07/1950, quando foi celebrada a primeira missa pelo padre José Schrek; tinha capacidade para 30 pessoas.

legenda ou anotação no documento:

forma: positivo *quant.:* 1 *suporte:* papel emulsionado *cromia:* preto e branco
medidas do documento: 23x17 cm *margem:* não *medida da margem:* cm
conservação do suporte: bom riscos
conservação do conteúdo: bom

descrição do conteúdo: Grande campo desmatado e alguns troncos de madeira. No centro da fotografia vê-se um poste de madeira. Ao fundo, uma edificação de madeira com porta e duas pequenas torres laterais. Mais ao fundo, duas outras edificações. À direita, edificação com formato redondo (coreto) e outra edificação, coberta mas com as laterais abertas. Ao fundo vê-se uma mata.

descritores visuais:
ÁRVORE
CAMPO
CIDADE
EDIFICAÇÃO
IGREJA
MATA
POSTE
TORRE DE IGREJA

descritores temáticos:
DESBRAVAMENTO
DESMATAMENTO
ECONOMIA
RELIGIÃO
TRABALHO
URBANIZAÇÃO

nota de pesquisa:
observações gerais: A fotografia observada neste acervo é uma reprodução. A localização do original é desconhecida.

voltar à janela anterior

[61]

ANEXO 2.

---

[61] -El contexto archivístico como directriz para la gestión documental de materiales fotográficos de archivo. Disponible en:

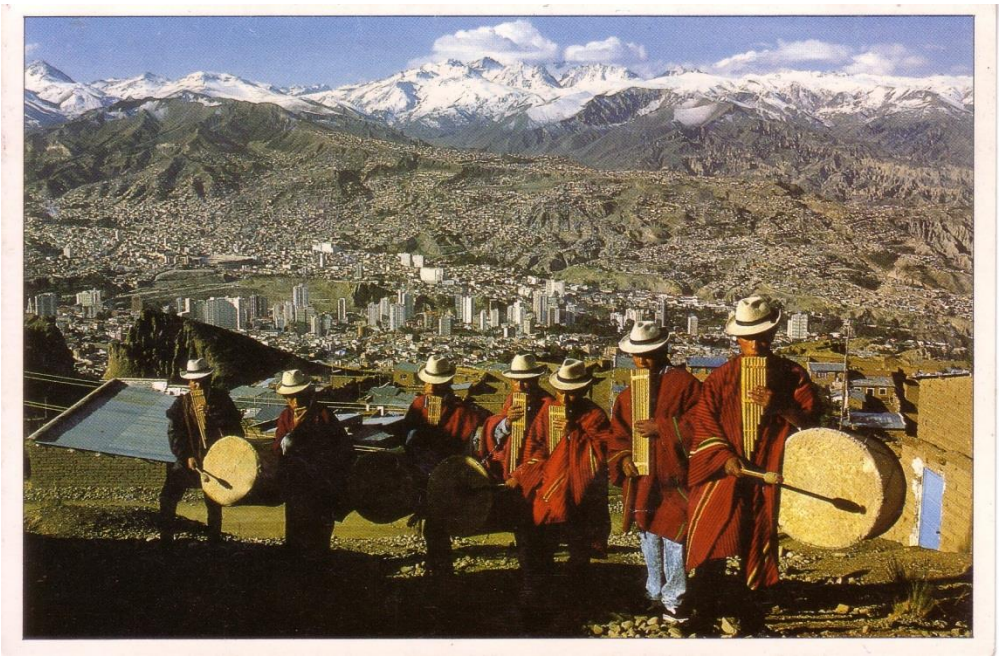
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762008000200002

Los títulos no son los reales, simplemente son para destacar algún objeto o personaje.

Los plátanos en aparente equilibrio. Postal # 10

Trucaje del aguayo. Postal # 23

El blue jeans postal #26



Dos cholas diferentes. Postal # 15

Circulo de cholas. Postal # 18

Casas de la ciudad de La Paz. Postal # 30.

El estadio, ya no será igual. Postal # 32