

# FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

## ESTADOS DEL ARTE\*

### Unidad Tres

#### LECTURA DE LA IMAGEN

La lectura de la imagen en la prensa es relevante en tanto que la imagen se ha convertido cada vez con más fuerza en un elemento esencial para la configuración de los medios impresos. Al igual que los textos, las imágenes deben ser analizadas en su forma – expresión– y en su contenido –significado-. Su carácter *multimodal* — es decir, los textos se construyen con una amplia gama de modos de representación y comunicación— y de acuerdo con Sontag, 2004<sup>1</sup> las fotografías ejercen un poder incomparable para determinar lo que recordamos de los acontecimientos. El cuadro de *Lectura de la Imagen*, discrimina los distintos elementos que conforman la imagen periodística y se ha diseñado teniendo en cuenta muchas investigaciones precedentes. Para el francés Jacques Kayser (1961), las imágenes o *Ilustraciones* (serie visual no-lingüística) hacen parte de la superficie impresa y están ubicadas en un primer estadio de análisis o *Estructura Primaria*, junto con los *Textos* y los *Títulos* (serie visual lingüística). Las *Ilustraciones* las componen dos grandes grupos: el primero, los fotograbados (ilustraciones fotográficas), y los grabados a pluma (equivalentes al afiche). El segundo, las ilustraciones en fotografía, dibujo, comic, etc.

Aunque la fotografía está dotada de cierta autonomía, en la prensa no se presenta aislada y necesita la compañía de un texto o un título.

“En el mensaje fotográfico hay, en principio, una serie informacional icónica y una serie informacional lingüística. (...) en ella se encuentra un Mensaje Denotado o no codificado y otro

---

\* El proyecto SATPI surge en 2003 por iniciativa de la línea de investigación “Tratamiento Periodístico de la Información”, del grupo *Comunicación, Periodismo y Sociedad*, de la Universidad de Antioquia - Medellín - Colombia. Actualmente hacen parte del proyecto el Historiador Eduardo Domínguez Gómez (Investigador Principal), la Comunicadora Ana María López Carmona, el Historiador Luis Carlos Toro Tamayo y las estudiantes de pregrado en Historia y Comunicación Social María Carolina Cubillos V. y Viviana María Garcés Hernández. (Co - Investigadores). La fuente de financiación del proyecto proviene de fondos de la Universidad de Antioquia, destinados por la Vicerrectoría de Investigaciones.

<sup>1</sup> SONTAG, Susan, (2004), *Ante el dolor de los demás*. En: Revista El Malpensante. Número 55 Junio 16 Julio 31 de 2004. Página 20- 29

Mensaje que resulta de la manera en que la sociedad da a leer la imagen y que significa a menudo otra cosa que la mostrada.” (AGUIRRE y BISBAL, 1990: 239 – 240).

Por su parte, fueron los semiólogos Roland Barthes (1996) y Gillo Dorfles (1975), quienes dieron las pautas para emprender un análisis de las fotografías. Para ellos, la fotografía periodística requiere ser analizada porque cumple una función determinada dentro del contexto comunicacional y para su estudio sugirieron tener en cuenta los siguientes niveles:

- Nivel Interno: relacionado con la propia estructura de la imagen periodística.
- Nivel Externo: complementario a la imagen (título, leyenda o artículo que acompaña toda estructura periodística, compaginación y, de manera más abstracta, el nombre del periódico, ya que una fotografía puede cambiar de un periódico a otro) (AGUIRRE y BISBAL, 1990:276).

Tanto Barthes como Dorfles plantearon un esquema para el análisis del mensaje fotográfico, apoyado por dos estructuras diferentes: una de orden *lingüístico* y la otra de orden *icónico*. Este análisis apunta, en primer término, a cada estructura por separado, y sólo cuando se haya agotado el estudio de cada estructura podrá entenderse la forma en que se complementan.

También, hicieron una distinción entre el *Mensaje Icónico* y el *Mensaje Simbólico* de la fotografía. La explicación, según Dorfles, se da en la medida que la fotografía periodística se transforma de ícono en símbolo, o sea, de signo referencial del objeto denotado, en signo especial, que significa una atmósfera, una situación ambiental, una connotación docta, una peculiaridad científica, política, social (AGUIRRE y BISBAL, 1990:276).

Por ser el periódico un medio de comunicación que circula diario, semanal, quincenal o mensualmente, cuando menos, requiere de la mayor claridad posible. En este sentido, el fotógrafo de prensa siempre recurrirá a tres tipos de fotografía:

- *La Ilustración Meramente Informativa*
- *La Ilustrativa*

- *La Documental*

Esta clasificación resulta fácil de distinguir cuando interviene un código en la fotografía<sup>2</sup>. La fotografía periodística debe reunir ciertas características técnicas y culturales, por tanto, el reportero gráfico interviene para captar la realidad tal como ella se presenta. Según Dorflès: *La imagen fotográfica transmite, reducida y transformada, la escena captada por el fotógrafo, la realidad literal "cazada" por el objetivo de la cámara* (AGUIRRE y BISBAL, 1990:277).

Continuando con el modelo Dorflès, la fotografía se clasifica de la siguiente manera (AGUIRRE y BISBAL, 1990:277,278):

**Documental**

- *La Foto - Espejo de Nuestro Tiempo*, es decir, como testimonio al servicio de la memoria.
- *La Foto - Imagen del Mundo*, o sea, como descripción de las cosas.
- *La Foto - Instrumento Científico*.
- *La Foto de Identidad*.

**Artística** (como obra de arte)

- *La Foto – Retrato*: expresión de la personalidad, rival del retrato pintado o dibujado.
- *La Foto - Emotiva*: que busca la sensación, el efecto sobre los sentimientos, el shock emotivo (Por ejemplo, la fotografía publicitaria).
- *La Foto como Recurso Estético*: que establece una comunicación sobre la base convencional de la belleza, como una "naturaleza muerta".

**Semántico** (como texto o lenguaje):

- *La Foto como Narración*: montajes de imágenes - palabras y de imágenes - idea. Las fotonovelas son un buen ejemplo de ésta.

---

<sup>2</sup> Al respecto, Roland Barthes y Christian Metz no están de acuerdo, y afirman que el mensaje denotado por la fotografía es absolutamente analógico, es decir, que no recurre a código alguno, es continuo, por consiguiente, no hay motivo para buscar las unidades significantes del mensaje denotado.

- La *Foto* como *Opinión*: versión de una opción ideológica, de una subjetividad del fotógrafo.
- La *Foto* como *Relación de Ideas*: encadenamiento de imágenes, o imágenes aisladas, que explican la significación de las cosas mediante el juego de contrastes, la contigüidad, los alejamientos o las oposiciones.
- La *Foto* como *Símbolo*: por ejemplo, el perro junto a la tumba del que fue su dueño expresa la fidelidad.

Todos estos tipos de fotografía constituyen recursos de comunicación que pueden ser leídos en los medios de difusión periodística, sin embargo, cada clase de foto periodística no constituye una operación aislada. Estas diversas funciones pueden aparecer reunidas en un solo documento visual, susceptible por su riqueza, de permitir varios niveles de lectura de la imagen.

A propósito de la imposibilidad de aislar elementos y funciones de la fotografía, Umberto Eco propone que las imágenes deben ser consideradas como *textos visuales*, no analizables ni en signos ni en figuras. La imagen se presenta como un bloque macroscópico cuyos elementos articulatorios son indiscernibles (ZUNZUNEGUI, 1992:77).

En el análisis de la fotografía periodística se pueden distinguir dos tipos de mensajes:

1. Mensaje de la Imagen Denotada (Estructura Denotativa).
2. Mensaje de la Imagen Connotada (Estructura Connotativa).

En la Estructura Denotativa todo mensaje se comporta como la fotografía (el afiche, pintura, dibujos...). En él:

...el sentimiento de denotación, o si se prefiere, de “plenitud analógica” es tan fuerte, que su descripción es literalmente imposible, puesto que describir es precisamente adjuntar al mensaje denotado, un mensaje secundario, tomado de un código que es la lengua y que ella nos hace no sólo describir, sino ser inexactos e incompletos y también nos hace cambiar de estructuras, significar algo distinto de lo que se muestra. (AGUIRRE y BISBAL, 1990:277,279).

Para complementar este concepto de denotación recurrimos a la definición de Zunzunegui (1992:60), según la cual una correlación codificadora dada a unos elementos

del plano expresivo, le corresponde de una forma unívoca y directa una posición pertinente del contenido.

Se presenta *connotación* cuando el plano expresivo de una función semiótica aparece formado por otro sistema de significación (ZUNZUNEGUI, 1992:61). *Ejemplo*: a una foto le sigue una “explicación”. La estructura connotativa se ubica junto al mensaje analógico (no codificado o denotado), y resulta de la manera en que la sociedad lee la imagen, la cual significa muy a menudo otra cosa que la mostrada en la fotografía (se trata del mensaje codificado o connotado) (AGUIRRE y BISBAL, 1990:277,279).

- *Expresión* (plano material del significante): Trata de descifrar todos aquellos elementos, que van desde la pose hasta el encuadre del fotograma, que configura en sí al mensaje fotográfico. Equivale a la forma (1990: 280).
- *Contenido* (significado): busca el significado de todos los elementos presentes en la fotografía; equivale al sentido y depende de los códigos culturales. En este plano es indispensable realizar pruebas o variaciones de ciertos elementos de la expresión, en las que se aíslen las unidades significantes y los temas significados para observar si esas variaciones de forma provocan variaciones de sentido. Aguirre y Bisbal (1990: 280)

Entre los códigos que conforman la *expresión*, estos autores proponen:

“*Código icónico*: Corresponde al grado de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa. Un contorno o un dibujo son menos icónicos que una fotografía, la cual a su vez, lo es menos que el objeto real. Se puede hablar de una dimensión de iconicidad del objeto. Una imagen fotográfica es inteligible en la medida que el receptor, que la ve, puede discernir en ella unos elementos universales. Por ejemplo, en la fotografía de un paisaje, unos árboles, una casa, unos hombres, unos animales, unos objetos a los que se puede vincular un nombre: la imagen es descifrable, expresa una idea que llamaremos icónica. Dentro del código icónico habrá que tomar en consideración los siguientes indicadores de significación iconológica.

- *Pose*: Lo que prepara la lectura de los significados de connotación es la pose misma del sujeto: juventud, espiritualidad, pureza... Este no es un procedimiento específico fotográfico, pero es difícil dejar de nombrarlo, en la medida que su efecto proviene del

principio analógico que fundamenta la fotografía, y que acoge otros códigos. antropológicos, gestuales, etc.

- *Objetos:* Lo interesante, hayan sido preparados o no, es que los objetos implicados en una fotografía son inductores corrientes de asociaciones de ideas, o de manera más oscura, verdaderos símbolos. Aquí se debe hablar de una composición de objetos. Es posible que los objetos no posean una fuerza, pero posean con toda seguridad un sentido dentro de la composición fotográfica.

*Código técnico:* Este implica todos aquellos procedimientos de preparación de la escena (reducción, achatamiento, trucaje, ángulos de toma, planos...), que producen una modificación de lo real, es decir, del mensaje denotado. El código técnico implica la manera en la que el fotograma haya sido realizado, manipulado, presentado (en blanco y negro, en color, desenfocado, velado, negativado, ampliado, deformado...) y se llegará a conferir al objeto, o el suceso, un valor especial con significado y expresión, muy distinto del de la pura y simple reproducción fotomecánica de la realidad. Es evidente que estos elementos presentados dentro del código técnico no son propios de la fotografía. Hay que considerar como indicador de este código:

- *La fotogenia:* En la fotogenia el mensaje connotado está en la imagen misma, "embellecida", por técnicas de iluminación, de impresión y revelado.
- *La fotografía y el texto:* El texto (artículo, título o leyenda) constituye un mensaje parásito, destinado a Connotar la imagen fotográfica, es decir, a darle uno o varios significados secundarios. Como dice Roland Barthes, la imagen ya no ilustra la palabra; es la palabra que estructuralmente, es parásita de la imagen. El texto, a través de la palabra, viene a sublimar, patetizar o racionalizar la imagen. El efecto de connotación de la fotografía es probablemente diferente según el modo de presentación de la palabra. Cuanto más cerca se encuentre de la imagen, menos parece connotada. La palabra, al estar más cerca, es atrapada por el código icónico (mensaje iconográfico). Se hace necesario advertir que no hay nunca una verdadera incorporación, puesto que las sustancias de ambas estructuras son irreductibles. Lo que se hace es determinar grados de connotación entre el texto y la imagen fotográfica. Su interrelación es variable.

- *Título y artículo:* En la imagen se separan. El título por su colocación e impresión, el artículo por su distancia y espacio. Uno rompe, el otro aleja el contenido de la imagen.
- *La leyenda:* Por su misma disposición, parece reforzar la imagen, es decir, participar en su denotación.

Ahora bien, ¿cuál es la relación que estos significados de connotación mantienen con la imagen? La mayoría de las veces, por no decir que siempre, el texto no hace más que amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía. Aunque estas observaciones van a depender del tipo de fotografía que estemos analizando y de la relación que se establezca entre el título y la imagen fotográfica (...) A veces, la connotación o codificación de la imagen puede producirse automáticamente según la sección del periódico en que se publique, o según las características y la especialidad a que se dedique la publicación. La significación, de cada elemento que integra a los dos únicos códigos que hemos considerado, es siempre elaborada por una sociedad y una historia bien definidas. Por consiguiente, gracias a los dos códigos de connotación establecidos, la lectura - visión de la fotografía es siempre histórica. Dependerá del "saber" del lector, en pocas palabras del "marco de referencia" en que se mueven el emisor y el receptor". (AGUIRRE y BISBAL, 1990:280 - 283).

Otro investigador de la lectura de la imagen periodística es Lorenzo Vilches, que parte de considerar que la imagen se ha incorporado al texto, y así mismo su lectura tiene algunos elementos propios del estudio del discurso. El autor considera que el texto está constituido por elementos lingüísticos y no lingüísticos (VILCHES, 1995:30). Desde la semiótica se entiende el texto como unidad, es decir, bloques macroscópicos. Así, una PI (artículo, noticia, publicidad), es un texto incluido en otro: la página. A su vez, una página entera es un texto que hace parte de otro texto mayor: el periódico.

Una de las características del texto es su coherencia, pues es el resultado de una suma de elementos. La coherencia, permite saber de qué cosa se está hablando o, en el caso de la imagen, qué cosa se está percibiendo o leyendo. En lo que tiene que ver propiamente con el estudio de la coherencia en la imagen, existe dos ejes:

- *Semántica referencial:* permite el estudio de la imagen y su relación con la realidad que muestra.

- *Campo semántico*: estudio de la forma del significado.

Destaca de la coherencia, que es necesario que el lector de la imagen cuente con una competencia que le permita diferenciar entre un texto que tiene una unidad y otro de partes dispersas, e irreconocibles, o fijar el tema que caracteriza una secuencia visual, reconocer la Forma de un conjunto de figuras y los Fondos, comparar o metaforizar una imagen, generalizar el discurso de una puesta en escena cuya narración es particular, distinguir entre historia y discurso en la enunciación.

Para ampliar un poco más los conceptos de Fondo y Figura podemos decir, que la teoría de la Gestalt, afirma que toda percepción es global no aislada, ni fuera de contexto. Para diferenciar la percepción de Fondo y Forma, podemos tener en cuenta lo siguiente, la figura tiene forma, contorno y organización en tanto que el fondo es amorfo e indefinido y se transforman en relación con la percepción. Las relaciones entre ambos son vinculadas por el contexto. A partir de lo anterior, encontramos que existen fondos neutros y fondos llenos o que contienen información determinante para la lectura de la imagen, sin embargo, es la relación entre fondo y figura la que los vincula, pues no es posible hacer lecturas separadas.

Para Vilches (1993: 20-22), existe algo que se conoce como: El peso de los elementos según la ubicación espacial. La visión de la derecha tiende a captar a los objetos en este lado como si tuvieran mayor peso. Pero el centro de la visión se halla en el lado izquierdo debido a que el observador pone mayor énfasis en la identificación de objetos en este espacio. Con respecto a la distancia la Teoría de la Gestalt, presenta la ley de agrupamiento según la cual cuanto más cercanos están los objetos entre sí, más se atraen. La dispersión en cambio, debilita las fuerzas de atracción.<sup>3</sup>

El estudio de la imagen en prensa implica una serie de reglas específicas que aborden la relación con las funciones informativas de los actantes que se hallan inscritos en la localización espacio temporal de la imagen informativa. Vilches distingue tres tipos de actantes (1993:81):

Fijos: Elementos visuales que no se desplazan.

---

<sup>3</sup> Ver: Arnheim, Rudolf, *Arte y Percepción Visual*. Alianza Editorial. Konisza, Gaetano. *Gramática de la Visión*. Paidós



Móviles: Naturales o artificiales que se desplazan en el espacio, ríos, vehículos, etc.

Vivientes: Humanos o animales.

Las funciones de estos actantes se pueden estudiar a través de la jerarquía de funcionamiento de reglas de topicalización espaciotemporales, estas son:

*Existencia de una jerarquía de actantes:* los vivientes dominan la relación de jerarquía con los fijos y móviles. De la misma manera los actantes móviles dominan a los fijos. A partir de esta regla se desprenden dos categorías.

**Jerarquía Perceptiva:** Revela la importancia o dominación de las figuras en relación con los fondos<sup>4</sup>.

**Jerarquía Narrativa:** Es más usada en televisión, aparece como la antropomorfización de valores y acciones en un actor o personaje. Esta relación entre valores-acciones y personajes se lleva a cabo a través del espacio y el tiempo. Así será posible distinguir la relación Campo/ Fuera de Campo, como oposición a la relación narrativa de Espacio Utópico/ Espacio paratópico; siendo el primero el lugar donde se realizan las performances del héroe, allí donde el personaje accede a su rol; y el Paratópico el lugar donde se adquieren las competencias, donde el actante se prepara para convertirse en personaje o el Héroe se prepara para salir a escena.

**Focalización:** Determinación del actante dominante por medio de elementos de la expresión visual tales como la tonalidad, componente cromática como sustancia de la expresión, volumen, forma de la expresión, forma icónica o figurativa, forma del contenido. La focalización introduce elementos que pueden hacer compleja la lectura de la jerarquía.

La tercera regla: (igualdad de valores tonales y volúmenes) Serán los actantes vivientes los que prevalecerán en la percepción del sujeto Lector.

En su obra *Teoría de la Imagen Periodística*, Vilches retoma de las teorías de la imagen (Dondis, Panovsky, G. Kanisza), algunos aspectos de utilidad para su lectura, que considera

---

<sup>4</sup> Correspondería a la constatación de la *Teoría de la Gestalt*, por la que el sujeto preceptor percibe una Forma, a partir de la discriminación de las figuras del fondo

elementos básicos determinantes de lo que él llama “superficie textual” de la imagen (VILCHES 1993: 28-40):

- “*Contraste*: Fuerza que moviliza lo estático, estimula y atrae la atención del lector para romper la inercia del ver sin mirar de la peraza mental. El principio del contraste se manifiesta ya en la discriminación de los clarososcuros que percibe el lector cuando se halla a una cierta distancia del objeto y sin poder distinguir con nitidez la forma exacta del fondo. (...) Gracias al contraste podemos apropiarnos de las claves o códigos de la información que recibimos, almacenando y clasificando datos dispersos. (VILCHES, 1993: 29).
- *Semejanza*: condición de la memoria que enlaza el pasado con el presente. Las relaciones de semejanza que establecemos tanto en el espacio como en el tiempo son fuentes de nuestro conocimiento. La forma, la luminosidad, el color, la velocidad, la orientación y la ubicación espacial, son elementos que nos ayudan a establecer semejanzas. Las semejanzas producen agrupaciones basadas en los elementos perceptivos ya anotados. Toda semejanza se establece por un principio de coherencia, es decir, de una forma que tiene unidad sólida en relación con otras formas del entorno.<sup>5</sup>
- *La perspectiva*: supone que nosotros miramos con un solo ojo a través de un armazón sobre la que se construyen las imágenes. De este modo, el centro visual de esta armazón viene considerado como un punto en el que confluyen todas las líneas de la pirámide visual. La armazón espacial del campo visual encierra tanto el entorno como el objeto.
- *Color*: el color en la página del periódico tiene un carácter prefigurativo, no está unido necesariamente a objetos icónicos tales como personas o cosas, sino que enfatiza el contraste necesario para establecer las zonas de lectura y de importancia de los componentes visuales en la escena fotográfica: se consideran dentro de los componentes visuales ocho categorías, agrupadas en dos valores perceptivos que dominan el universo de las imágenes. Valor Cromático y Valor Espacial. El valor Cromático agrupa, contraste color, nitidez, luminosidad. El valor Espacial agrupa, planos, formato, profundidad, horizontalidad (izq./derecha, profundidad/plano, arriba/abajo.), verticalidad. Estos conceptos suponen una dificultad en su definición, no

---

<sup>5</sup> Para ampliar estos conceptos ver: VILCHES, Lorenzo (1987), *Teoría de la imagen periodística*, Paidós Barcelona.

puede hablarse de ellos por fuera de la fotografía, o en una realidad prefotográfica. Por eso las categorías como la luminosidad, el tamaño, la nitidez, el color, se tienen en cuenta a partir de la imagen fotográfica y no de la realidad objetiva.”

Las categorías o componentes, según la propuesta de Vilches, pueden evaluarse en un cuadro que mide de la siete cada categoría.

		Contrastado	Coloreado	Nítido	Primer Plano	Picado	Izquierda	Profundo	Luminosos
Muy	7								
Bastante	6								
Poco	5								
Neutro	4								
Poco	3								
Bastante	2								
Muy	1								
		<b>No contrastado</b>	<b>Decolorado</b>	<b>Nebuloso</b>	<b>Plano General</b>	<b>Contrapicado</b>	<b>Derecha</b>	<b>Plano</b>	<b>Opaco</b>

Una página de periódico no se hace leer por su contenido sino por su expresión. La distribución de la foto en la página es semejante a un mapa con diferentes trampas que encuentra el lector en su recorrido perceptivo. La previsión de estas trampas se halla en la página misma a modo de manual y constituye lo que podríamos llamar las rutinas productivas del periódico en lo que hace relación con el aspecto icónico. Existen algunas categorías para observar la relación de la fotografía con la superficie impresa del periódico.

- *Relación Foto / Página:* Relación entre el número de fotos y el número de páginas del ejemplar estudiado.

- *Relación entre la superficie del periódico y la superficie de la fotografía:* Importancia espacial concedida a la foto en porcentaje.
- *Situación de la foto en páginas pares e impares:* cuantitativamente páginas donde se ubican las fotografías, número y porcentaje.
- *Relación de la superficie ocupada por las fotos en las páginas pares e impares.*
- *Zonas de preferencia establecida a partir de la tendencia de las anteriores categorías:* Corresponde a los ejes.
- *Distribución de las fotos por géneros:* (portada, nacional, local, Internacional, sucesos, economía etc.) Con el fin de unificar criterios, estos géneros obedecen más al nombre de la sección que al contenido de la fotografía.
- *Relación Foto- Pie de foto:* la relación entre foto y pie de foto establece un contexto pragmático que influye en la percepción, lectura y comprensión de la imagen fotográfico. Para analizar tendencias cuantitativas se puede utilizar el siguiente esquema: Foto / un pie, Foto / Sin pie, Dos o más fotos / un solo pie.
- *Relación de las fotos con mención de su procedencia:* Firmadas, archivo de Agencia, no específica, otras fuentes.

La foto y el texto escrito hacen referencia a la coherencia semántica entre la imagen y el texto que la acompaña, también ayuda a determinar si hay o no adecuación entre lo que se dice y lo que se muestra. Esta relación la establece el lector y requiere para ello de competencia sobre el contexto externo, esto es, saber lo que la fotografía está mostrando, así mismo que pueda leer correctamente el texto.

Dentro de la lectura de la imagen se realiza una serie de inferencias icónicas. Éstas varían con la edad y la cultura, y dependen del contexto extratextual del lector del periódico. Además de esto el “lead” y el pie de foto se consideran estructuras dependientes de otras. Por su dependencia espacial y temporal del texto visual, el pie de foto, puede considerarse como una estructura local relacionada a una estructura global que comprende el pie de foto mismo como la fotografía. Podría decirse también que el pie de foto, es el

conjunto de marcas informativas que tienden a explicitar en un registro escrito elementos espaciales, temporales y actoriales de la foto. Según la teoría de la semiótica, todas estas marcas informativas son referencias espacio-temporales y forman la *deixis*. La *deixis periodística*, es la transformación en discurso informativo de las reglas de la noticia, es decir, el *quién*, *cuándo*, *dónde* se convierten en “las huellas” que dejan los personajes, el espacio y el tiempo en la foto.

Otro investigador de la imagen periodística es Moreiro (2000:188), para quien la fotografía parte del mensaje informativo. La generación de la fotografía en prensa implica además del proceso de creación realizado por el fotógrafo o reportero gráfico, un proceso de edición gráfica. En este último se puede transformar la imagen mediante operaciones como el retoque, recorte y silueteado.<sup>6</sup> Así, diferencia dos tipos de fotografía de prensa:

- *Información fotográfica de actualidad*: acontecimientos de actualidad que son objeto de atención periodística, estas imágenes son producto del fotoperiodismo.
- *Fotografías de uso informativo*: de origen heterogéneo y desligadas del acontecimiento noticioso inmediato. Estas imágenes pueden ser de archivo y se publican a manera de ilustración.

La fotografía en prensa se compone de mensaje visual icónico (imagen) y mensaje lingüístico (pie de foto). La imagen tiene una eficacia descriptiva, sin embargo se ve reducida a la descripción estática de los atributos visibles de lo descrito.

Para el *análisis de la imagen* se debe tener en cuenta si se trata de una serie, como en el caso de un reportaje, o de una imagen individual. Esto con el fin de definir el ingreso de la imagen a la base de datos. Se diferencian dos categorías de análisis: *Externo* y de *Contenido*. Para el análisis externo se proponen las siguientes categorías.

1. Autor
2. Producción
3. Título individual de la fotografía
4. Características técnicas del soporte
5. Tipo de proceso

---

<sup>6</sup> En esta transformación se puede difuminar el fondo para destacar elementos de mayor interés informativo, supresión de marcas de polvo o rallado, eliminación de elementos de la imagen y cambios del brillo y contraste por zonas, también se puede reducir o generar una silueta a partir de un elemento destacado.

- Fotográfico
  - Fotomecánico
  - Imagen Electrónica
6. Formato o dimensiones
  7. Estado de conservación
  8. Número de unidades que comprende el documento
  9. Código o título del reportaje o serie
  10. Lugar geográfico donde fue realizada la fotografía
  11. Original o Copia
  12. Sección (en la que se puede clasificar la fotografía)
  13. Fecha de captación de la fotografía original
  14. Pie de foto

Para el *análisis de contenido* se proponen tres niveles: *morfológico, temático e icónico*.

El morfológico corresponde a la captación de la forma del contenido y para ello se proponen unos códigos técnicos:

- Noche/ día
- Interior/ exterior
- Escala interna (Indica la relación entre el tamaño del objeto representado en la imagen y el tamaño del cuadro de la representación).<sup>7</sup>
- Color, b/n o monocromo.
- Orientación, vertical u horizontal.
- Ángulo
- Motivo foto (Se puede establecer una lista limitada de motivos).<sup>8</sup>

Para el *análisis temático*, el autor parte de la definición de Tema como aquella porción de la realidad que informa del documento. Los contenidos presentes en una imagen, abstraídos por el pensamiento intelectual, se convierten en conceptos o categorías. Para extraer el contenido temático se deben aislar aquellos aspectos de la realidad que se han pretendido ilustrar en la fotografía. Para esto se sugiere un listado de materias que se corresponde con los interrogantes del paradigma de Laswell.

Un estudio reciente sobre la lectura de la imagen es el artículo titulado *Análisis de Contenido del Mensaje Fotográfico en Prensa*, publicado en diciembre de 2003 por la profesora Begoña Sanz Garrido, quien afirma que si bien existe una abundante bibliografía sobre fotografía de prensa, ésta no se involucra con el análisis de contenido.

---

<sup>7</sup> La escala que propone el autor son los planos: general, de conjunto, entero, medio, primer plano y plano detalle.

<sup>8</sup> Retrato, bodegón, foto familiar, paisaje, urbano etc.

En su completa y exhaustiva propuesta metodológica, la profesora Sanz parte de estudios de la receptibilidad de la prensa. Empieza por señalar que un lector de periódicos comienza la lectura por las fotos o elementos visuales dominantes, sea en color o en blanco y negro<sup>9</sup>. Así mismo expone los resultados de Susan Miller<sup>10</sup> según los cuales “...los lectores miran las tres cuartas partes de todo el diseño y las fotografías del periódico, mientras sólo leen la mitad del texto del 12.5% de todas las historias publicadas, en su mayor parte noticias breves”.

También define el mensaje fotográfico como “...una información mediatizada y parcial de la realidad, resultado de selecciones efectuadas en cada una de las etapas establecidas del proceso formativo de un diario” (SANZ GARRIDO, 2003: 11). Para ella, el objeto de estudio del mensaje fotográfico (denotado, manifiesto) se da porque el fotógrafo introduce elementos de contenido y expresión a la imagen (connotación, mensaje explícito). Por tanto, considera que toda investigación parte de un mensaje manifiesto que a través de variables, categorías y bloques de análisis aporta unos datos que permiten construir, concluir o deducir un mensaje implícito.

Algunos de los usos clave que le da Sanz Garrido a este tipo de análisis es que permite conocer, haciendo un estudio comparado, que esas diferencias entre variables susceptibles de análisis<sup>11</sup> constituyen, asimismo, diferencias del periódico en el tratamiento del mensaje informativo. Sin embargo, lo contrario es posible, pues el modelo de análisis también nos da la posibilidad de identificar las similitudes en el tratamiento del mensaje informativo. Así, con estas consideraciones iniciales, la autora ofrece un modelo de análisis constituido por tres bloques o elementos que explicitan el tratamiento del mensaje, al contextualizarse en la superficie informativa: página y periódico:

---

<sup>9</sup> Estos datos los obtiene del programa Eye-Trac, instrumento que permite grabar las pautas de fijación que el lector ejerce en su lectura del periódico. El dato recogido es aportado por Nibert Kupper en una *newsletter* donde se exponen los resultados del proyecto *Grabación de la Mirada*, llevado a cabo por la oficina de diseño gráfico de Periódicos de Dusseldorf (SANZ GARRIDO, 2003: 10).

<sup>10</sup> Dato obtenido de la *newsletter* *Lo que todo director debe saber sobre los lectores de periódicos*, publicada por la autora en abril de 1993.

<sup>11</sup> Para la prof. Begaña, todos los estudios de análisis no pueden desarrollarse con las exactas y totales herramientas metodológicas, diseñadas por los investigadores, sino que cada investigador tiene la libertad de agregar o quitar variables, categorías e incluso bloques, tal como lo proponemos en el SATPI.

1. La presentación.
2. La narración visual de la fotografía.
3. El marco referencial.

En la *presentación* tiene en cuenta las categorías: Periodicidad, Ámbito de difusión, Fuente, Ubicación de la noticia, Sección del periódico, Página, Lugar que ocupa la fotografía en la página, Extensión de la Noticia, Tamaño de la fotografía, Existencia de otros elementos gráficos en la noticia, Centro de Impacto Visual de la noticia, Existencia de otros elementos gráficos en la página, Centro de Impacto visual en la página. El segundo bloque, *narración visual de la fotografía*, está conformado por: actor, naturaleza, edad, sexo, cantidad, relevancia, papel que representa, el tema informativo de la noticia, la relación entre los protagonistas informativos, la categoría, el acto (la movilidad y la acción), la escena (el escenario de la imagen, el escenario de la noticia y la relación entre los escenarios informativos), el propósito (el carácter del tema informativo, el propósito expresado por el actor, el carácter del sentimiento expresado por el actor, el carácter del sentimiento motivado por el contexto textual, el vehículo de la carga emocional) y los elementos formales (planos, ángulos y color). Finalmente, el tercer bloque *marco referencial* lo integra por el tipo de pie de foto, la referencia humana, la relación enfoque, la relación temática y la relación autor.

De hecho considera que el primer mensaje implícito en el tratamiento de la información parte del medio y que habla por la importancia que el medio le concede en el espacio otorgado, evidenciado en la página en que es ubicada (portada, contraportada, apertura de sección o página interior) y en la zona específica de esa página, así como el hecho de acompañarla de elementos gráficos<sup>12</sup>.

Muy próximos a esta co-significación ofrecida a la información por la puesta en página y la iconicidad, se requieren dos discursos para producir y acotar el significado de una fotografía en prensa: el de la propia imagen y el del texto escrito de la noticia (SANZ GARRIDO, 2003: 15).

---

<sup>12</sup> Para Sanz Garrido “...los diarios tienden a publicar las noticias importantes con imagen”. (SANZ GARRIDO, 2003: 14 citando a FINK, Conrad *Strategic News Paper Management*).



Pero considera que en sí solas las imágenes son huérfanas, en una posición de desventaja significativa. El pie de foto anula las interpretaciones previas que el lector ha podido hacerse al ver la imagen y ofrece una única. Le ayuda a pasar del reconocimiento visual de la imagen, mujer llorando, a su identificación semántica, llora de alegría porque le ha tocado la lotería, por ejemplo. (SANZ GARRIDO, 2003: 16)<sup>13</sup>.

Otro de los teóricos que tiene en cuenta la profesora Begoña es a Kenneth Burke con su concepto de *acción comunicativa*. Con él tiene en cuenta algunos de los elementos que retoma y propone para su análisis del mensaje periodístico. Esos elementos son: Escena, Acto, Actor, medios para la acción y propósito.

A partir de este recorrido teórico se han elegido y configurado las variables para la Lectura de Imagen que serán utilizadas en el proyecto SATPI. Si bien no todas fueron utilizadas de la manera que aparecen propuesta por los autores, partimos de sus planteamientos para determinar cuáles serían las variables más importantes en la lectura de la fotografía de prensa.

---

<sup>13</sup> Proveniente del concepto de Función de Anclaje de Roland Barthes