

Constantes y variantes en la generación y
publicación de la fotografía periodística.
Instrumento de investigación

*Constants and Variants
in the Generation and Publication of
Photojournalism. Research tool*

Susana Rodríguez Aguilar
Universidad Nacional Autónoma de México

Recepción: 26 de junio de 2012
Aceptación: 22 de noviembre de 2012

Páginas 401 - 418

i

Constantes y variantes en la generación y publicación de la fotografía periodística. Instrumento de investigación

Constants and Variants in the Generation and Publication of Photojournalism. Research tool

Susana Rodríguez Aguilar*

Resumen

Al aplicar la propuesta de instrumento de investigación —compuesta por 20 categorías— en los medios de comunicación impresos pueden identificarse temporal y espacialmente las fotos periodísticas de los principales acontecimientos nacionales e internacionales realizadas por los fotorreporteros; imágenes informativas con contenido histórico que reflejan la técnica y representación cultural del trabajador de la lente, así como los criterios editoriales e ideología de la prensa escrita de la época.

Con esta propuesta pueden identificarse índices tales como: la puesta en página, el crédito o no a la misma, el tamaño, la sección, el género periodístico, el sitio

Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva con Maestría en Historia y estudios en Derecho de la Información de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Se ha desempeñado como docente, servidora pública de carrera y reportera-investigadora independiente. El artículo es derivado del proyecto “La mirada crítica del fotorreportero Pedro Valtierra, 1977-1986”. Correo electrónico: susanarodriguez@exalumno.unam.mx

geográfico (colonia, ciudad y país) y el personaje o los personajes identificables, las características de la toma, así como el título o pie de foto asignado. Conjuntos documentales con valor indicativo, que por su carácter repetitivo y por sus rasgos comunes permiten homogenizar la información.

Palabras claves: fotos, técnicas, fotorreporteros, prensa, representación cultural.

Abstract

By implement the proposal of research tool —made up by 20 categories— in the media of printed communication, it is possible to identify several aspects like spatial and temporal journalistic photos of major national and international events made by the reporters, informative images with historical content that reflect the technical and cultural representation of the worker of the lens, as well as the editorial criteria and ideology of the written press of the time. several aspects can be identified with this proposals such as the credibility or not to the page, size, section, the journalistic genre, geographical site (district, city and country) and the character or identifiable characters, the characteristics of the shot, as well as the title or caption assigned. Documentary sets with indicative value, which by its repetitive character and its common traits allow homogenize information.

Keywords: photos, techniques, reporters, newspapers, cultural representation.

Tras considerar que la historia se mueve entre dos polos: aquello que ha de conocerse (el pasado) y la situación desde donde se pretende ese conocimiento (el presente) (Betancourt 2001, 59-78), se establece que al aplicar la propuesta de instrumento de investigación en los medios impresos, se podrán ubicar temporal y espacialmente las imágenes periodísticas de los principales acontecimientos realizadas por los fotógrafos de prensa, a fin de identificar las fotos informativas con contenido social e histórico, que reflejan la representación cultural y técnica del trabajador de la lente, así como los criterios editoriales e ideología de los medios de comunicación de la época que se aborde.

Con ello se pretende responder a las preguntas dónde, cuándo, cómo y por qué fueron publicadas las imágenes periodísticas, a fin de aproximarnos a los aspectos políticos y editoriales en los que fueron producidas, así como identificar el discurso visual, los contenidos informativos, estéticos, sociales e históricos de éstas. Elementos cuantitativos y cualitativos que permiten *leer* la fotografía de prensa, como registro o vestigio historiográfico.

Para lograr una mejor interpretación y análisis de las fotografías seleccionadas del material hemerográfico —como fuente histórica directa “que hace evidentes los hechos visibles, creíbles entonces hasta sus últimas consecuencias” (Castellanos 1988, 47), además de ser “el método de análisis más completo y ordenado” (Casasus 1979, 59)—, es necesario identificar en cada uno de los registros periodísticos, por lo menos: fecha y sección, independientemente del número de imágenes publicadas, así como las relaciones que guarda la foto con el diseño periodístico y con la diagramación o compaginación, que en conjunto buscan equilibrio y armonía en la presentación.

También es relevante encontrar la relación de las fotografías con los pies de foto, que hacen mención directa a las imágenes o incluso pueden llegar a ser la nota misma; la relación de la fotografía con el texto, en especial con el género periodístico utilizado (artículo, entrevista, crónica, nota informativa, columna, reportaje, etcétera), que puede anclar el significado de la imagen o puede alterarlo, y la relación de la fotografía con los titulares. De ahí que “los títulos en efecto, si bien, no

explican nada, sirven muchas veces de guía”.¹ Todos en particular y en general, elementos que influyen en la percepción, lectura y comprensión de la imagen utilizada y publicada en la prensa escrita.

En lo que corresponde a la función del texto como indicador del discurso periodístico, en específico al uso de pie de foto, ha de entenderse que éste no sirve tanto para describir “lo que se ve”, sino para guiar al lector sobre cómo ha de interpretar “lo que ve” (Vilches 1987, 180), en esta competencia entre lo verbal y lo icónico.

Sin olvidar que el texto: [...] ofrece un juicio sobre lo que la imagen no puede presentar de un modo asertivo; [...] da consignas al lector para que éste interprete lo que está viendo de una manera o de otra. [...] da lo que la imagen no puede mostrar”. En términos narrativos, “el texto ayuda a la construcción de la historia de la cual la fotografía es un instante reflejado (Del Valle 2005, 223).²

Por cuanto a las zonas de preferencia en las páginas pares o nones³ —de acuerdo a la teoría de la imagen periodística de Lorenzo Vilches, donde se marcan siete espacios a fin de identificar la relevancia de la imagen cuando se lee el diario, y catorce espacios cuando se diagrama el periódico, considerando la apertura de dos páginas del mismo—, debe contemplarse también que la fotografía, los textos y los anuncios compiten por un espacio en cada página.

Tan sólo en lo que corresponde a los anunciantes, éstos pagan más por las páginas impares, debido a que la estructura tarifaria otorga más valor al ángulo superior derecho de las páginas impares y menos al ángulo inferior izquierdo de las páginas pares. Criterio que se establece, porque las páginas impares se ven más, debido a que quedan a la derecha del lector.

Usualmente el lector occidental lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Mira primero la parte superior porque es arriba donde están los titulares, al menos, los más importantes e incluso:

1. Testimonio del fotógrafo Manuel Álvarez Bravo, en Debroise 1994, 192.

2. Reafirma el de Vilches 1987.

3. Categorías propuestas y desarrolladas por Vilches 1987, 62-64.

[...] algunas investigaciones han demostrado que cuando existe más de una persona en el campo visual, quien se encuentra en la izquierda produce mayor identificación en el observador mientras que el sujeto de la derecha viene percibido como un adversario del anterior. 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 [...].⁴

La mirada del lector tiende a moverse en el sentido de las manecillas del reloj y llega a detenerse más tiempo en el sector izquierdo. Sin embargo, el recorrido de la vista no puede ser impuesto, debido a que el propio lector decide por dónde comienza a mirar y qué mirar.

También es necesario considerar que la fotografía es una de las variables de la información utilizadas en un periódico, junto con los titulares, los textos y la compaginación, al contener datos implícitos y tras ser la entrada a la lectura de la noticia o el artículo noticioso. Cabe aclarar que la foto en la mayoría de los casos no es la noticia detallada; pero en ocasiones y bajo ciertas circunstancias, por sí misma, pasa a ser la nota gráfica o el fotorreportaje, contextualizada por un título, un texto breve o el pie de foto que realizan los integrantes de las mesas de redacción de los diarios, y permite una entrada a la lectura de la noticia o artículo noticioso.

A todo lo anterior se suma la participación del director, el jefe de información o de sección y de los editores, para elegir diariamente, de entre innumerables materiales gráficos, producto de las diversas órdenes de trabajo, aquella imagen que será la que cuente y registre la historia del hecho noticioso. Ellos son los que en forma particular o general realizan la tarea de reencuadrar o editar las imágenes originales y deciden el lugar de la fotografía, ya sea en primera plana o en páginas interiores, tras considerar, siguiendo a Bourdieu (1989, 195) que:

[...] la fotografía que “abre” una nota debe ser más simbólica que cualquier otra; al mismo tiempo recuerda el suceso de actualidad que es el argumento del reportaje y cuenta la “pequeña historia” que va a desarrollarse en las páginas siguientes. Los compaginadores utilizan otra técnica que llaman *flash back*. Se trata, según los términos de uno de ellos, de obligar al lector “a pasar las páginas”. La fotografía que abre, sólo es totalmente inteligible cuando se la relaciona con la “pequeña historia” que se cuenta en las páginas que la siguen y de la que ella, por otro lado, es un resumen [...].

4. El planteamiento es de Vilches (1987, 20), el cual se reafirma con el de Mas de Xaxás (2005).

El sentido final de la imagen corre por cuenta del propio medio con la edición, la puesta en página, el epígrafe, el texto y los títulos; pero en este sentido, cabe aclarar que “la función social de la prensa en el acontecimiento público de los hechos no incluye el control de ellos” (Martín 2004, 243).

En cuanto a los elementos como el tamaño de la foto, la composición, el encuadre o los planos, la ubicación espacial, el ángulo focal y el campo temático, éstos fueron contemplados dentro de las categorías de análisis del instrumento y; se proponen para un segundo paso que sería la “lectura visual”, a fin de profundizar en la narrativa y expresividad de algunas fotografías, representativas de cada fotoperiodista e incluso le permitirá a aquel investigador —que se adentre en esta tarea— poder llegar a la lectura histórica de la misma. Una especie de lectura de las construcciones discursivas que realizó el fotógrafo de prensa, en imagen y en un papel sensible, como el fotográfico.

Las 20 categorías de análisis que componen el instrumento, resuelven el problema del método y permiten identificar las variantes y constantes cronológicas, temáticas y técnicas de las fotografías periodísticas. Elementos de contenido y expresión que pueden sintetizar el trabajo periodístico del fotógrafo, así como la línea editorial de los medios impresos en los que participó. Periódicos donde “mejor puede establecerse la trama general de los acontecimientos” (Duverger 1981, 122).

Tabla 1. Propuesta de Instrumento

Categorías de análisis	Periódico/descripción
Fechas revisadas	De acuerdo con el material publicado por cada fotógrafo y en cada medio de comunicación escrito
Características del medio	Formato y distribución de texto e imágenes de cada periódico
Sección	Ubicación de la foto de acuerdo con las secciones: nacional, internacional, deportes, economía, etcétera
Género periodístico y fotográfico	En el material escrito: nota periodística, reportaje, entrevista, crónica, artículo y columna, que se complementa con la fotografía. En el material gráfico: el ensayo o reportaje fotográfico y la foto informativa, con o sin texto periodístico
Reportero	Nombre del autor del texto periodístico, que se acompaña o se complementa con la o las fotos
Página	Par o impar, portada o contraportada en la que se publicó la o las fotografías
Fotos publicadas	Total de fotos sobre un mismo tema o serie fotográfica
Formato de la foto	Vertical, horizontal o apaisada, cuadrada o editada
Ubicación de la foto	Lugar en la página, donde se identificó la foto o las fotos realizadas por el fotoreportero. Zonas de preferencia del editor y del lector, cuando se diagrama la página de un medio escrito o cuando se lee
Tema de la foto	Lo establece el género periodístico o fotográfico
Lugar	Donde se generó la o las fotografías, ubicado en la República Mexicana o en el país extranjero e identificado en la foto, el texto, el título o en el pie de foto
Personaje	Cargo, actividad o características que lo identifiquen en la imagen, en el título, el texto o el pie de foto
Título de la foto	Asignado sólo a la foto como complemento de la misma e independiente del título general del texto periodístico
Pie de foto	Texto que se complementa con el título y por supuesto con la fotografía; utilizado para describir la imagen, proporcionar algún dato de la misma o como nota corta informativa
Crédito	Inclusión o no del nombre del autor de la o las fotografías, mencionado de forma particular o en grupo

.

Tabla 1. (continuación)

Composición de la foto	<i>Close-up</i> y <i>long shot</i> (acercar y alejar); primer plano, medio plano, plano tres cuartos y panorámica o plano general. Encuadre y nitidez. Toma en picada (la foto se realiza desde una posición más alta que el objeto fotografiado, de arriba hacia) o contrapicada (la fotografía se toma desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando éste más alto que la cámara)
Ángulo	Se obtiene tras identificar la posición del fotógrafo con respecto al sujeto u objeto fotografiado
Tiempo	Día o noche
Película	Color o blanco y negro
Otros datos	Información relevante, no contemplada en las categorías de análisis de este instrumento

Por supuesto que no se trata sólo de hacer un inventario, en este caso del material fotográfico del periodista de la imagen, debido a que “toda cifra es —más allá de su forma numérica— un *concepto* y [...] en materia histórica, siempre constituye una aproximación” (Crespo 1999, 95). Tampoco se trata sólo de conocer la información, sino más bien “de conocer cómo la información organizada es una determinada estructura que nos lleva a dar una determinada forma de conocimiento” (Núñez 1979, 326).⁵

De ahí que el verdadero interés de esta propuesta radica en utilizar los conjuntos documentales con valor indicativo, que arroje el instrumento mismo, que por su carácter repetitivo y sus rasgos comunes permitirán homogenizar la información seriada, para sistematizar y entretrejer los diversos contextos identificados en las imágenes periodísticas.

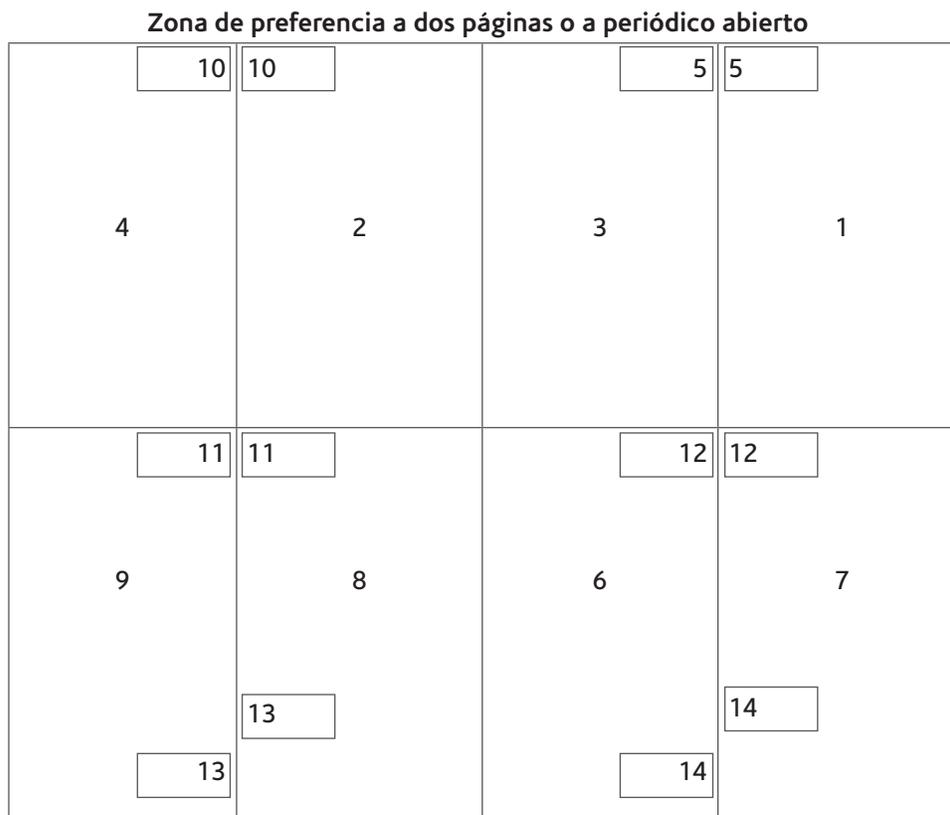
También es relevante mencionar que el instrumento no reemplaza las conclusiones que pueden obtenerse cuando se observa directamente y de forma individual cada una de las fotografías, pero sí permite recabar cuantitativamente una gran cantidad de información para poder *leer* y describir los atributos característicos de cada imagen considerada como unidad documental.

5. Esta definición se vincula con la de Crespo (1999).

Para entender y comprender la diagramación de las zonas de preferencia en las páginas pares o nones, se utilizó la propuesta hecha por el teórico Lorenzo Vilches, tanto para aquel que diagramó las páginas, en la mesa de redacción, con la intención de destacar un texto, una foto o la propia publicidad como para aquel que adquirió el periódico para informarse.

En la diagramación para el editor del diario pueden observarse catorce espacios (Figura 1), marcados a periódico abierto, para ello se utiliza tanto una página par — como una impar— y la numeración es del uno al catorce. Zonas de preferencia a dos páginas que utiliza el editor para señalar el lugar en que se publicará la información, las fotografías y la publicidad. Diagramación en la cual, invariablemente, se identifica la intención del editor y por supuesto la línea del periódico, a fin de atraer la atención del lector. El espacio marcado con el número uno será la zona más relevante y en grado descendente hasta la menos importante, con el número 14.

Figura 1. Diagramación para el editor del diario.



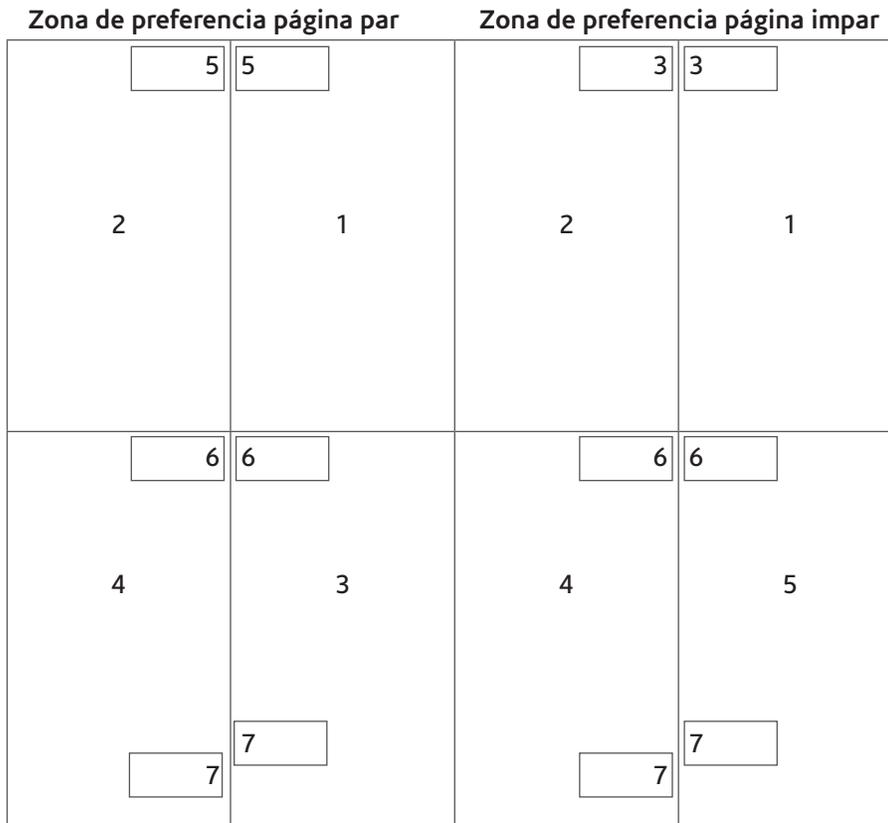
Mientras que en el diagrama de siete espacios (Figura 2), marcados en cada página y numerados del uno al siete, puede identificarse de mayor a menor importancia la ubicación de la imagen en cada página del diario y éste se aplica sólo en el caso del lector. De ahí, por ejemplo, que la foto publicada en el espacio número uno, en una página impar, será la que en primera instancia se vea, y por número consecutivo, hasta el número siete, se identificará la de menor importancia. Además, y como ya se mencionó, de acuerdo al centro de visión, será la página impar la que atraiga primero, la atención del lector.

También agregaría el comentario respecto a que de cada uno de los temas abordados por los diarios —donde el fotógrafo manifiesta su personalidad y representación cultural— se derivan subtemas. Tan sólo en lo que corresponde al tema político, éste incluye a los integrantes de partidos políticos, de las campañas políticas, a los candidatos oficiales y de oposición; los detalles de los actos oficiales, de las reuniones de trabajo y de los procesos electorales, así como la ruptura del protocolo y la forma en que se divierten o entretienen fuera de sus curules, oficinas o de los ojos ciudadanos, no así de la cámara fotográfica.

Lo anterior sólo por mencionar un tema, ya que en lo tocante, por ejemplo, a la vida cotidiana, a la historia viva, los subtemas son mucho más variados al incluir el contexto, a la persona y su problemática, actividad o detalle a destacar, así como los objetos o animales que complementan la imagen o llegan a sobresalir más que el propio personaje.

Modelo holístico donde puede profundizarse de manera particular en cada eje temático, en cada medio y contenido, reintegrándose todos en otro nivel con mayores elementos, dado que esta propuesta genera una variedad distinta de combinaciones.

Figura 2. Diagramación para el lector del diario



A manera de conclusión, puedo establecer que por las características de esta propuesta multidisciplinaria, pudieran enriquecerse áreas como la historia, las ciencias políticas, la sociología, el periodismo, la comunicación e incluso el arte, donde algunas fotografías periodísticas han podido ingresar tras identificarse en éstas elementos estilísticos que han trascendido al fotógrafo, al medio en el que se publicó y al objetivo de origen: su tarea de informar.

Sin omitir que cuando se analiza cada fracción de la realidad —registrada en cada fotografía analógica de prensa o unidad documental— debe considerarse que no existen fotos neutrales o inocentes y sí una memoria intencionada, en la que subjetivamente se pretende identificar los atributos del autor, es decir del fotógrafo frente a su tiempo como comunicador, historiador, crítico, testigo ocular o

narrador de los hechos periodísticos; mientras que dicho análisis también permitirá identificar la posible valoración del medio de comunicación que determinó la puesta en página de las imágenes.

Recomendaciones de aplicación

Al delimitar tiempo y espacio —además de elegir para el primer ejercicio, sólo el material generado por un fotorreportero—, permitirá al que experimente con el instrumento, ir de lo particular a lo general. Debido a que en un segundo ejercicio se podrán comparar los resultados obtenidos en un mismo diario, pero con los materiales realizados por más de uno de los fotorreporteros o en un mismo período de tiempo, se podrá marcar e identificar las diferencias de la información gráfica publicada en varios medios escritos.

Como muestra de esta primera recomendación, cabe mencionar que este instrumento se utilizó y aplicó en cada una de las casi tres mil imágenes publicadas en medios impresos nacionales, del 7 de marzo de 1977 al 6 de abril de 1986, por el fotorreportero mexicano Pedro Valtierra. Investigación que realicé bajo la dirección de la Dra. María del Carmen Collado, en el Posgrado en Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, la misma que analiza los acontecimientos visuales como parte de los acontecimientos históricos, como lo establece el historiador Ricardo Pérez Montfort. Las características y resultados de dicho trabajo, por su importancia, se dará cuenta de ellos en la segunda entrega.

Referencias

- Baeza, Pepe. 2001. *Por una función crítica de la fotografía de prensa, Gustavo Gili*. Barcelona: España.
- Betancourt Martínez, Fernando. 2001. "Significación e Historia: El problema del límite en el documento histórico". *Estudios sobre historia moderna y contemporánea de México*. 21: 59-78, <http://www.iih.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc21/265.html>
- Bourdieu, Pierre, comp. 1989. *Comunicación. La Fotografía un arte inter-medio*. México: Editorial Nueva Imagen.
- Burke, Peter. 2001. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Canales, Claudia. 1978. "A propósito de una investigación sobre la fotografía en México". *Revista Antropología e Historia*. 23.
- Casasus, José Ma. 1979. *Ideología y Análisis de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Editorial Dopesa.
- Castellanos, Alejandro. 1988. "Historia cotidiana. La visión colectiva". *Foto Zoom*. 159: pp. XX-XX.
- Crespo, Horacio. 1999. "Historia cuantitativa". En *El historiador frente a la historia*, Antología de conferencias, corrientes historiográficas actuales, 87-113. México: Unam.
- Debroise, Oliver. 1994. *Fuga Mexicana. Un recorrido por la fotografía en México*. México: Cnea

Del Valle Gastaminza, Félix. 2005. “La fotografía como objeto desde la perspectiva del Análisis documental”. En *Imágenes e Investigación social*, coords. Fernando Aguayo y Lourdes Roca. México: Instituto de Investigaciones Dr. José Ma. Luis

Domínguez Gómez, Eduardo. 1997. *La construcción de la imagen: signos, comunicación y contexto en el diseño y las ciencias sociales*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

Domínguez Gómez Eduardo, Ana María López Carmona, Luis Carlos Toro Tamayo, María Carolina Cubillos, y Viviana María Garcés Hernández. 2005. *Software para analizar el tratamiento periodístico de la información SAT-PI*. Medellín: Cd-rom.

Duverger, Maurice. 1981. *Métodos de las Ciencias Sociales*. Barcelona, Caracas y México: Biblioteca de las Ciencias Sociales, Ed. Ariel.

Eder, Rita. 1978. “El desarrollo de temas y estilos en la fotografía mexicana”. En *Imagen histórica de la fotografía en México*, coord. Eugenia Meyer. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, Secretaría de Educación Pública, Fonapas.

Freund, Gisèle. 1976. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Mas de Xaxás, Xavier. 2005. *Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino Editorial Imago Mundi.

Martín Serrano, Manuel. 2004. *La Producción Social de la Comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

Núñez Ladevéze, Luis. 1979. *El Lenguaje de los “Media”*. Introducción a una Teoría de la Actividad Periodística. Madrid: Editorial Pirámide.

Rodríguez Aguilar, Susana. 2012. *La Mirada crítica del fotorreportero Pedro Valtierra, (1977-1986)*. Tesis del Posgrado en Historia, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Sandoval Pardo, Jorge Eduardo. 2004. *La imagen fotográfica: elemento fundamental del análisis y acción política*. México: Unam.

Tausk, Peter. 1984. *Introducción a la fotografía de prensa*. La Habana: Editorial Oriente.

Vilches, Lorenzo. 1987. *Teoría de la Imagen Periodística*. Buenos Aires y México: Paidós.

