

Unidad 15

- Los contenidos en la foto de prensa.

A.3. Los contenidos en la foto de prensa

El texto periodístico escrito está constituido por tres niveles teóricos: una sintaxis, una semántica y las reglas que organizan su comunicabilidad en el campo de la comunicación de masas, es decir, una pragmática. Cada uno de estos niveles tiene a su vez sus propias reglas de funcionamiento que constituyen la coherencia y homogeneidad del texto periodístico en sus relaciones con otros textos (publicitarios, por ejemplo) y con el contexto en el que aparece (geográfico, cultural, etc.). Si en cambio nos referimos al texto visual, podríamos decir que la sintaxis corresponde a lo que hemos llamado plano de la «expresión visual» que se organiza tanto según las leyes de la percepción visual (A.1.) como a través de las diferentes variables de la manifestación visual (A.2.). El aspecto semántico de la imagen, a su vez, está constituido por los códigos del contenido que organizan a las formas de la expresión en unidades de lectura. El plano de la expresión, en otras palabras, organiza la «visibilidad» del texto visual, mientras que el plano del contenido organiza su «legibilidad» o comprensión.

Ya hemos dicho que la fotografía de prensa se manifiesta en el periódico como si fuera un texto autónomo que entra en interrelación con los textos escritos. La fotografía de prensa no es cualquier texto, sino que aparece como un texto visual cuya misión es vehicular un mensaje informativo o publicitario. Por tanto, la estructuración visual de este mensaje se organiza de acuerdo a un modelo de producción de los contenidos que influyen directamente en su lectura y comprensión.

A.3.1. LOS PERSONAJES EN LA FOTO

Uno de los principales elementos a través de los cuales se organizan los contenidos de la foto de prensa son los aspectos narrativos. Una foto es narrativa ya desde el momento en que existe un punto de vista de alguien que ha elegido esa perspectiva para dar a conocer la escena. Al mismo tiempo, la foto narra acciones desempeñadas por personajes o sufridas por ellos, muestra espacios donde son narradas esas acciones, al mismo tiempo que muestra también el tiempo al que pertenece lo narrado. Finalmente, toda foto es narrada a alguien, es decir, al lector. Y por esta razón una foto se hace con una cierta intencionalidad, al mismo tiempo que se tienen en cuenta las capacidades perceptivas y de comprensión del receptor.

Según esto, la foto tiene un narrador, un texto que viene narrado y alguien que recibe esa narración. El aspecto del narrador como el del lector lo dejaremos para más adelante mientras que en este capítulo nos dedicaremos a estudiar «lo narrado» en una foto.

La narración visual puede organizarse en forma paralela a la narración escrita de una noticia, o bien en forma contradictoria a ella, o finalmente, en forma neutral. Dado que la imagen puede tener una existencia autónoma respecto del texto escrito (por ser ella un tipo particular de texto), una noticia puede venir «acompañada» por una fotografía irrelevante, o al contrario, la fotografía puede ser más rica en contenidos informativos que la noticia escrita. Una foto, en cambio, puede ser contradictoria con la noticia por error (con lo que tenemos un caso de simple responsabilidad sintáctica entre ambos medios) o bien porque lo que se narra en un caso no corresponde a los contenidos del otro (un caso frecuente es la atribución de responsabilidad criminal a una persona inocente o cuando se describen acciones y se muestran

otras, etc.). En la narración visual se habrá de distinguir, en consecuencia, el rol de la función que desempeñan los personajes y toda incoherencia entre ambos elementos servirá para distorsionar una lectura lineal del hecho noticioso. Sin embargo, el efecto distorsionador redundará en un enriquecimiento de la ambigüedad de la lectura, provocando el interés del lector por un aspecto de contenido que escapa a la simple información.

Desde un perfil más teórico, los elementos visuales que entran a formar parte de la narración pueden llamarse «actantes»⁷ para facilitar su explicación dentro del concepto textual.

Si aplicamos el concepto de actante, y de acuerdo a la escala de valores visuales que propone ALMASY (1974), se pueden distinguir cinco tipos de actantes en un texto visual: personas, animales, seres vivientes (flores, insectos), no vivientes, objetos móviles y estáticos. Los actantes móviles son elementos naturales o artificiales que se desplazan en el espacio, tales como los atmosféricos o los medios de transporte; los actantes fijos son elementos visuales estáticos, por ejemplo, elementos de la naturaleza que no se desplazan o elementos artificiales (edificios, estatuas).

Sin embargo, esta tipología merece algunas críticas desde la perspectiva de una clasificación jerárquica tal como pretende Almasy. Esa jerarquía no parece evidente y su generalización nos merece serias dudas porque los elementos visuales fundamentales del entorno físico tales como el espacio, la forma, la luz, no pueden determinarse en forma jerárquica, al contrario de lo que ocurriría con la sintaxis escrita. Almasy parece tener en cuenta esta dificultad y establece la necesidad de que exista una igualdad de volumen, de tonalidad y de forma para que la jerarquía pueda funcionar con regularidad y en forma generalizada. Ahora bien, esta igualdad de condiciones se puede dar en algunos casos pero en otros no. Por ejemplo, ¿qué significa igualdad de volumen si comparamos en una misma foto a un hombre con un edificio de 20 pisos que se encuentre a tal distancia que parezca del mismo tamaño del hombre? Si queremos hacer prevalecer la figura del hombre deberemos, o bien reducir el edificio por medio de un artificio cromático (oscureciéndolo) o bien por la utilización de un objetivo fotográfico que resalte un plano en detrimento de otro

7. «El actante puede concebirse como el que realiza o el que sufre el acto, independientemente de cualquier otra determinación», GREIMAS (1982) Más abajo, Greimas, citando a L. Tesnière, afirma que actantes son los seres o las cosas que participan en un proceso.

como en la ilustración 12. Pero entonces habrá desaparecido la igualdad de condiciones de forma y volumen exigidos.

Veamos algunos ejemplos para explicar mejor el problema:

En la ilustración 17, según la jerarquía de los actantes debería prevalecer la imagen de los dos niños en relación con el elefante. Esta foto sirve para resaltar el contraste entre ambos actantes pero no determina necesariamente la victoria de uno sobre otro desde el punto de vista narrativo.

En la ilustración 18 deberían prevalecer visualmente los automóviles sobre el monasterio y la montaña de Montserrat porque son actantes móviles, pero ocurre justamente lo contrario, ya que los actantes estáticos se imponen a los móviles. En la ilustración 19, la aplicación de una jerarquía es bastante más complicada todavía. A pesar de que la relación tonal, de color y de volumen mantienen un cierto equilibrio, todo lo cual debería apuntarse a favor del actante móvil (es decir, el carro de combate israelí), en verdad la ambigüedad es muy grande y el lector no puede decidirse por un sentido u otro si no es por la intervención de un texto «externo» como el pie de foto. Si en la ilustración 17, el actante animal domina al actante persona (que, por otro lado, es un modo de funcionamiento bastante socorrido en la comunicación publicitaria que busca la paradoja y el contraste de los contenidos narrativos), y si en la ilustración 18 hay una flagrante contradicción de uno de los principios de la relación figura/fondo sobre la que se basa nuestra percepción habitual, en la ilustración 19 la ambigüedad de la relación figura/fondo juega a favor de una visión muy manipulada: el carro de combate pierde las marcas indexicales de la guerra (reconocimiento) y se confunde con un juguete en un parque de diversiones (identificación). La foto podría funcionar perfectamente como decorado de una tienda de juguetes.

Los ejemplos recién descritos nos muestran con evidencia que en el campo de la imagen no pueden establecerse jerarquías formales de elementos fijos porque la imagen es un conjunto de signos inestables, que no aparecen nunca aislados sino formando parte de un todo coherente (un texto) y que necesita de la competencia activa del lector como de un contexto preciso para que su contenido se pueda estabilizar. Si esto no fuera así, no se entiende cómo una foto de prensa, cuya aparente misión es vehicular una información o ilustrar el contenido de una noticia, tiene otras funciones parainformativas como la ironía, la provocación o la persuasión. La foto de prensa y la imagen en general no pue-



17



Los alrededores del monasterio cambiarán de aspecto para la visita del Papa



Un carro de combate iraní, cargado de bullets, se retira de la posición que ocupaba en la zona musulmana de Beirut, ciudad que ya ha quedado totalmente en manos de la fuerza multinacional y del Ejército libanés.

18

19

den expresar significados fijos ni estables. Los significados de la imagen pertenecen a vastos campos semánticos que obedecen a interpretaciones culturales sujetas, además de la percepción, al contexto espacio-temporal de la cultura.

La función primordial de los actantes en la imagen es mostrar que existen unas estructuras perceptivas, narrativas, informativas, pero que éstas están sujetas al juego de la lectura. Y sólo por medio de la competencia narrativa del lector se ponen en relación los actores en un espacio y en un tiempo concretos a través de los diversos modos del aparecer de éstos en las situaciones comunicativas. Más adelante volveremos sobre el rol de los actantes en la foto de prensa. Por ahora nos limitaremos a explicar con mayor detenimiento cómo se relacionan los códigos de la forma y del contenido a fin de establecer hipótesis sobre el significado global de la foto.

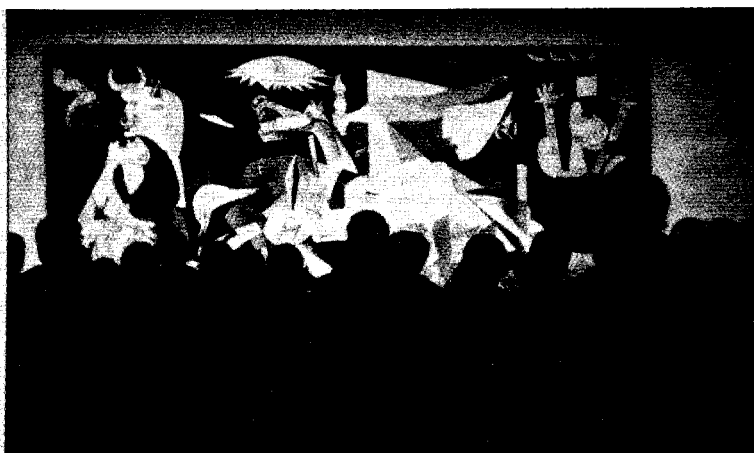
A.3.2. CÓDIGOS SEMÁNTICOS DE LA FOTO

El contenido en una foto de prensa no es nunca explícito sino latente, no es tampoco visual ni evidente sino conceptual y problemático. El contenido de una foto de prensa tampoco es obvio sino que se interpreta a través de unidades culturales que están fuera de la imagen e incluso del periódico y que pertenecen al contexto o visión del mundo (conocimiento, memoria, escala de valores, rol social desempeñado, etc.). Por ejemplo, la fotografía de Saturno de la ilustración 30 no tiene el mismo significado para un científico de la NASA que para un aficionado al horóscopo. La foto de prensa se presenta como una enciclopedia donde lectores diversos pueden buscar significados diversos según sus intereses.

El volumen de los objetos, los colores, su posición, su forma se convierten para el lector en verdaderas *marcas* de reconocimiento o huellas para seguir pistas de interpretación de los posibles significados del laberinto semántico de la imagen. En la interpretación de estas marcas, que a su vez se agrupan en familias o códigos, el lector sigue unas reglas ya previstas como si se tratara de un juego (por ejemplo, las cartas de juego tienen colores, formas y signos pero no se puede jugar si los jugadores no conocen y siguen las reglas para combinarlas). Esas reglas son las «competencias» del lector, es decir, el saber acumulado en el ejercicio cotidiano de la lectura. Ese juego de marcas y de códigos que

vienen interpretados en unidades de significado es lo que forma la coherencia de un cierto estilo de fotos, o de un cierto estilo de componer las fotos en relación a la información, o un cierto estilo de una agencia de fotografías, etc. Pero la coherencia global de una imagen de marca de una empresa o de un fotógrafo no es un conglomerado de códigos. La coherencia de una foto, de un conjunto de fotos es precisamente la clave de cómo ha de interpretarse, es el punto de partida para organizar el sentido de la lectura.

Veamos un ejemplo de «coherencia» en una fotografía. El principio de la «coherencia» sirve para distinguir, por ejemplo, la organización de las formas de un objeto fotografiado que ya está anteriormente en un espacio y en un tiempo concreto, de otro objeto que viene a formarse sólo en el momento de la fotografía. El caso tiene que ver estrictamente con el género informativo: en la televisión, es el principio de «coherencia» formal el que permite al espectador distinguir entre el presentador de las noticias en directo y el reportaje filmado donde también aparece un presentador (un corresponsal, por ejemplo). Pero veamos cómo sucede esto en una foto de prensa. En la ilustración 20, el principio de la «coherencia» nos permite distinguir entre el cuadro de Picasso y el público basándose en la relación entre las dos superficies visuales. Esta relación que pasa a través de la distinción percep-



RAUL GARCÍA
El jueves día 10 de septiembre de 1981, a las 8.35 horas, llegó al aeropuerto de Barajas el *Guernica* de Picasso. Cuarenta años de espera se habían resuelto en un vuelo de siete horas desde Nueva York a Madrid, donde el famoso cuadro ha quedado instalado definitivamente en el Casón del Buen Retiro.

tiva de figura y fondo se interpreta globalmente como una parte que pertenece al cuadro de Guernica y otra parte que pertenece al público asistente a la exposición del mismo cuadro. Para llegar a esta interpretación global, el lector ha tenido que echar mano de muchas competencias sensoriales, psicológicas, culturales, históricas, etc. La competencia perceptiva le permite agrupar por coherencia de forma y color las dos superficies diferentes. Debido a la propia experiencia en la visión de fotografías, el lector puede permitirse reconocer el primer plano más oscuro como figuras de personas en contraluz mientras que el reconocimiento de la otra superficie no se debe a la competencia fotográfica solamente sino a la pictórica. Esta última habilidad cognoscitiva se organiza a través de otras subcompetencias: el conocimiento del estilo cubista, la interpretación de la representación de unos componentes figurativos ampliamente conocidos y que tienen marcas fuertes de reconocimiento semántico tales como el toro, el caballo, el hombre con los brazos elevados, etc. Finalmente, a través del proceso de inferencia, el lector hace una hipótesis razonable: que este cuadro es el Guernica y que su autor es Picasso.

A.3.2.1. *Las competencias del lector*

El ejemplo de la ilustración 20 nos ha mostrado el recorrido de una serie de «actos de lectura» que realiza el lector a fin de comprender el significado global de la foto. Esta secuencia de actos corresponde a las competencias del lector en función de la comprensión del texto visual.

En forma resumida podemos hacer un balance de las principales competencias semánticas que un lector debe poseer frente a la foto.

a) Competencia iconográfica. Basándose en la redundancia de ciertas formas visuales que tienen un contenido propio, el lector interpreta formas iconográficas fácilmente detectables como el toro, el caballo, el hombre, etc.

b) Competencia narrativa. Basándose en experiencias narrativas visuales, el lector establece secuencias narrativas entre diversos objetos y figuras del cuadro, entre las personas que miran el cuadro (distinguiendo entre actantes que ejecutan acciones simbólicas como son las del cuadro y actantes que ejecutan acciones reales como son las del público, por un lado. Por otro lado, el público actúa como personaje observador de la escena con el que

el lector del periódico podría identificarse creándose una relación de identificación con los protagonistas, etc.).

c) Competencia estética. Basándose en experiencias simbólicas y estéticas, el lector atribuye un sentido dramático a la representación de las diferentes figuras del cuadro, distinguiendo la posición de observadores del público como una modalidad no estética de representación.

d) Competencia enciclopédica. Basándose en su memoria cultural, el lector identifica este cuadro con la información que ha recibido sobre el mismo: qué cosa representa el cuadro del bombardeo de Guernica durante la guerra civil española, que esta representación ha adquirido un valor político e histórico ampliamente reconocido en la cultura internacional, etc.

e) Competencia lingüístico-comunicativa. Basándose en su competencia lingüística, el lector atribuye una proposición a la imagen de la foto del tipo «el cuadro de Guernica expuesto al público» que puede confrontar o no con el texto del pie de foto y la noticia eventual.

f) Competencia modal. Basándose en su competencia espacio-temporal, el lector interpreta la foto como representación de un doble espacio: espacio del cuadro y espacio de la exposición. Basándose en su competencia temporal, interpreta la foto como un tiempo historiográfico (tiempo de la guerra civil), un tiempo de producción del cuadro, y un tiempo de la exposición del cuadro en España que puede coincidir con el tiempo de la publicación de la foto en el periódico.

Todas las competencias actualizadas por el lector frente a la ilustración 20 pueden, a su vez, confrontarse con su propia emotividad e ideología. El lector pasa así del plano de una estrategia textual y de discurso simbólico de la información, al plano pasional y de los afectos, al rechazo ideológico o a la adhesión emotiva. Las competencias textuales del lector no agotan las vivencias sociopsicológicas personales. Pero nosotros nos hemos circunscrito a una «descripción textual» sabiendo que existen otras aproximaciones, como podría ser la lectura literaria/psicoanalítica que realiza Roland Barthes en *La cámara lúcida*.

A.3.2.2. Códigos de la organización del contenido

Aunque la foto de prensa utiliza de forma general casi todos los artificios del medio fotográfico, ésta, sin embargo, presenta

formas específicas de tratamiento periodístico que influyen directamente en la organización de los contenidos. Algunos de ellos son:

a) Los códigos ópticos: se trata de los procedimientos que han interferido en el momento de registrar la imagen en el lugar del acontecimiento y se refieren a las lentes utilizadas por el fotógrafo así como a las condiciones de iluminación en que ha ejercido su labor.

b) Códigos del tratamiento: la fotografía original que llega a la redacción de un periódico es sometida a diversos procedimientos con el fin de adaptarla mejor a la información publicada: se aumentan detalles o se suprimen aspectos secundarios, se contrastan o iluminan otros, etc.

c) Códigos de compaginación: ya nos hemos referido a la inserción de la foto en un marco más amplio que constituye la razón de ser de la expresión periodística impresa: la composición de la página. La fotografía viene situada en un lugar privilegiado con el fin de romper la monotonía de la escritura, además de las otras funciones denotativas ya señaladas. Las fotos y los textos escritos se interrelacionan y uno influye en otro de manera más o menos importante.

Pero los procedimientos del contenido tienen también su propia regla de juego. Así, por ejemplo, las variables de importancia del contenido están directamente relacionadas con los planos y encuadres, con la escala de titulares y formato del periódico. En el caso de la foto, la importancia del contenido se destaca a través del tamaño, la distancia y visibilidad de los objetos en el interior de la foto, además de los procedimientos anteriormente señalados y que corresponden a la parte formal. Pero el criterio por el que se adjudica la importancia de la información a los aspectos expresivos de la foto de prensa se halla relacionado con criterios de organización secuencial u horizontal así como con los criterios de selección (o aspecto paradigmático).

El criterio de selección de los contenidos de la foto se hace a través de las «funciones» que desempeñan las fotos: fotos informativas, fotos ilustrativas, fotos de tópicos o de contexto (por ejemplo, para contextualizar una información sobre el gobierno se escoge una foto del presidente del Gobierno sentado en su despacho con la bandera española a un lado, y al otro, la foto de los reyes de España sobre una mesita). El criterio de selección también obedece a las posibilidades que ofrecen las «fuentes» de las fotos: de agencias (nacionales o extranjeras), de fotógrafos pro-

pios, de *free lance*, de archivo, etc. La «fuente», que obviamente tiene que ver con el aspecto referencial de la información, contiene a un autor implícito que normalmente pasa desapercibido porque su lugar viene ocupado autoritariamente por el autor explícito que es el propio periódico. Si los criterios de selección referidos a las «funciones» determinan el «género» de foto del periódico condicionando la clave de lectura del propio lector, el criterio de las «fuentes» tiene que ver con la modalidad de veridicción del periódico, es decir, la atribución de la responsabilidad y el control de las fuentes que el lector atribuye al periódico por lo que *a priori* concede una garantía de verdad a los contenidos.

Tanto las «fuentes» como las «funciones» pueden entenderse como variables externas y contextualizadoras de los contenidos de la foto. En cambio, los criterios de secuencialidad y de importancia de la información son aspectos que obedecen a la organización interna de los contenidos de la foto. Así, la «organización secuencial» o «aspecto sintagmático» del periódico se refiere a la relación de contigüidad entre las fotos de un mismo acontecimiento o noticia; por ejemplo, la relación entre foto de portada y de página interior, o bien entre diversas fotos en una misma página referidas al mismo aspecto informativo. El aspecto sintagmático afecta también a la colocación de las fotografías en las páginas pares e impares (además de los criterios de espacialidad señalados en su momento).

Las «variables de importancia del contenido» son los aspectos que rigen la organización particular de cada página así como la de todo el periódico relativos a la elección de qué foto ha de colocarse junto a qué noticia. El criterio «paradigmático» es, por tanto, el menú que ofrece el periódico cada día: tanto de información y foto política, tanto de información y foto económica, etc. El «criterio paradigmático» es la posibilidad que se le ofrece al lector de componerse su propio menú informativo.

De modo que el lector aplica también el doble criterio del periódico en la organización de los contenidos: el «criterio paradigmático» se refiere a la información y foto que selecciona el lector de entre las que le ofrece el periódico; el «criterio sintagmático» se refiere al orden en que el lector decide organizar temporalmente su lectura: empezar por el «Editorial», seguir por «Internacional», detenerse en «Deportes», etc. Como se ve, la elección del menú informativo está estrechamente vinculada también al aspecto de las funciones y géneros informativos dado que cuando el lector elige una página o una información ya tiene previa-

mente una idea de lo que puede encontrar, debido a su conocimiento extraperiodístico como también debido a su conocimiento de las rutinas semánticas de su propio periódico de elección.

Esto último nos lleva a una pregunta esencial en el proceso de lectura de un periódico tanto como en el proceso de producción: ¿qué espera encontrar un lector en el periódico?