

Fotografía periodística y discurso

DOLORES MARISA MARTÍNEZ MOSCOSO

CIESAS/Jalisco

EL DISCURSO VISUAL Y LA PERTINENCIA DE SU ESTUDIO

Después de la caída de la dictadura de la tradición del *logos*, donde la palabra no sólo deja de poseer la cualidad de transparencia de que se le pretendió dotar (relación de correspondencia con la realidad), sino que su reinado en apariencia históricamente incontestable es atacado y, en no pocas ocasiones, subvertido por la primacía en las prácticas comunicativas cotidianas de los códigos numéricos, las imágenes, la música...,¹ otras formas de representación y comunicación son reconocidas, no sin reticencias, como elementos conformadores y comportadores de un discurso.

La imagen fotográfica, entre estos últimos, se convirtió en heredera de la adjudicación de transparencia huérfana desde la desmitificación del *logos*. Un ya anciano llamado a preguntarse por la relación entre el referente externo y el mensaje producido por un medio, por la representación, no ha alcanzado todavía los dominios de la *doxa*. Así que hemos aquí aún no condenados a creer por siempre que las fotografías que se despliegan a diario

¹ George Steiner, *Pasión intacta*, Norma, Bogotá, 1997, p. 56.

ante nuestros ojos son un trozo de realidad, pero realidad al fin.
Ya por la sospecha que Foucault hizo posar sobre el discurso:

yo supongo que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad.

En una sociedad como la nuestra son bien conocidos los procedimientos de exclusión. El más evidente, y el más familiar también, es lo *prohibido*. Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa.²

Ya por el vaciamiento de verdad u honestidad del que Steiner da cuenta:

La retórica política, la caprichosa mendicidad del periodismo y de los medios de comunicación de masas, la jergonza trivializadora de los modos del discurso pública y socialmente aprobados, han hecho que casi todos los hombres o mujeres urbanos modernos digan, oigan o lean una jerga vacía, una locuacidad cancerosa (el término heideggeriano es *Gerede*). El lenguaje ha perdido su propia capacidad para la verdad, para la honestidad política o personal.³

El asunto es que a la luz de esta reconocida realidad comunicativa multimodal⁴ y habida cuenta de que el discurso está demarcado por instancias de poder o vaciado de su contenido, o ambas, develar los secretos del discurso visual generado median-

² Michel Foucault, *El orden del discurso*, Tusquets, México, 1980, pp. 11-12, las cursivas son del original.

³ George Steiner, *op. cit.*, p. 55, las cursivas son del original.

⁴ El concepto es utilizado para identificar la diversa gama de modos de representación y comunicación. Leite-García Kress y Van Leeuwen, "Semiótica discursiva", en Teun A. van Dijk, *El discurso como estructura y proceso*, Gedisa, Barcelona, 2000, p. 374.

te las fotografías (una de sus formas más ubicuas⁵) se vuelve tarea de suma importancia.⁶

EL GÉNERO DE LA FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA

Las *modalidades* identificables del discurso visual son: imagen fija y silente, imagen con movimiento e imagen con movimiento y sonido. En las dos últimas aparecen elementos añadidos a la imagen (movimiento y sonido) que son ineludibles en el caso del análisis. Ambos, por utilizar un concepto de Barthes, anclan a la imagen (quizás el movimiento con menor efectividad que el sonido, sobre todo si éste se trata de expresiones orales).

Si hemos de creerle a Eco, la ubicuidad de la imagen es principalmente promovida por medios de comunicación masiva como la televisión, el cine y los impresos. En particular, vale la pena señalar que la fotografía periodística ocupa un lugar central generando y difundiendo imágenes (como formas simbólicas, ya lo veremos más adelante) cuyo poder simbólico y fijación en el imaginario colectivo sobrepasan a las demás.

5 “Las vicisitudes de nuestro siglo están resumidas en unas pocas fotografías ejemplares que han hecho época: la desordenada multitud que se vuelca a la plaza durante los ‘diez días que conmovieron al mundo’; el miliciano muerto de Robert Capa; los marines plantando la bandera en un islote del Pacífico; el prisionero vietnamita ajusticiado con un tiro en la sien; el Che Guevara desgarrado, tendido sobre la mesa de un cuartel.” *Cfr.* Umberto Eco, *La estrategia de la ilusión*, 1986, p. 296.

6 El concepto de discurso que utilizaré señala que: “[...] es un suceso de comunicación [...] e] independientemente de cualquier cosa que ocurra en esos a veces complicados sucesos de comunicación, los participantes hacen algo, esto es, algo que va más allá, específicamente, de usar el lenguaje o comunicar ideas o creencias: interactúan. [...] el discurso es una interacción social” Van Dijk, *op. cit.*, 2000, pp. 22-23.

Dice Bourdieu:

Si la fotografía es considerada como un registro perfectamente realista y objetivo del mundo visible, es en razón de que se le ha atribuido (desde el origen), *usos sociales* considerados "realistas" y "objetivos". Y si, inmediatamente, se ha propuesto con las apariencias de un "lenguaje sin código ni sintaxis", en definitiva, de un "lenguaje natural", es porque fundamentalmente la selección que opera en el mundo visible está absolutamente de acuerdo, en su lógica, con la representación del mundo que se impuso en Europa después del *Quattrocento*.⁷

Dentro del periodismo, en efecto, la fotografía comporta un uso social considerado realista y objetivo. (¿Hay algo más testimonial en el ámbito de la política nacional de los últimos años que la foto del cardenal Posadas dentro de su auto, ligeramente inclinado, despeinado, abandonado, acribillado?). Ésa sigue siendo una cuestión central (problemática) a tomar en cuenta como un metadiscurso social que arropa a la fotografía de prensa (aunque entre los fotógrafos cada vez menos se avale esa postura). Por otro lado están la aparente ausencia de códigos; la necesidad de plasmar elementos informativos (aun cuando se expresen en el cumplimiento de ciertos parámetros de la organización que aseguren la publicación de la imagen), y la intención estética presente *siempre en toda* ejecución del acto fotográfico.⁸

Aunque referido a la lingüística (y en particular a la estilística) es posible adaptar aquí un argumento de Bajtín en el que señala que al ser un individuo el enunciante, su propia individuali-

⁷ Pierre Bordieu, *La fotografía. Un arte intermedio*, Nueva Imagen, México, 1980, p. 110.

⁸ No importa de qué imagen se trate, las fotografías familiares, los retratos para documentos oficiales, los paisajes... ni de quién ejecute la toma. Detrás del visor de la cámara se buscan, aunque no siempre ni remotamente se consigan, el mejor ángulo, la luz más propicia, la composición más armónica. Aun inconscientemente hay una mirada formada estéticamente en una tradición occidental hegemónica.

dad puede expresarse en el enunciado y, aclara, que hay géneros donde el estilo individual aparece con mayor fluidez.

A los géneros que atribuye mayor facilidad para que en ellos se exprese la individualidad es a los literarios. Es fácil saber el porqué. Su naturaleza misma supone el ejercicio de la creatividad. Asimismo, en la fotografía (y aquí va la adaptación del argumento) es posible afirmar que la individualidad del sujeto se expresa en los objetos icónicos que crea. Es también en el género de la fotografía de arte donde aquélla aparece con mayor frecuencia y propiedad. Sin embargo, entre los fotógrafos de prensa priva la intencionalidad estética, la propia técnica que es enseñada en las escuelas supone un conocimiento de la perspectiva, de la composición y de la teoría del color que desemboquen en un trabajo que reúna elementos artísticos.⁹

Siguiendo con Bajtín:

Las condiciones menos favorecedoras para el reflejo de lo individual en el lenguaje existen en aquellos géneros discursivos que requieren formas estandarizadas, por ejemplo, en muchos tipos de documentos oficiales, en las órdenes militares, en las señales verbales, en el trabajo, etc.¹⁰

De manera similar, en la fotografía se podría hablar de las fotografías de estudio requeridas para documentos oficiales (los tamaños, ya estandarizados: infantil, credencial, pasaporte, cartilla... y las poses también establecidas con claridad –frente, perfil y tres cuartos de perfil– en que debe estar el sujeto fotografiado reflejan un ordenamiento rígido que delimita el trabajo del fotó-

⁹ “Héctor García ha caracterizado la problemática del fotoperiodista como la del ‘perro de las dos tortas’. Atrapado entre las exigencias de información y de estética, puede perder la noticia mientras busca el ángulo o la luz que desea.” Vid. John Mraz, *Nacho López y el fotoperiodismo mexicano en los años cincuenta*, Conaculta/INAH/Océano, México, 1999, p. 20.

¹⁰ Mijail Bajtín, *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México, 1985, pp. 251-252.

grafo o, por utilizar sólo otro ejemplo más, las que hacen las compañías aseguradoras para documentar un siniestro.

Estos cuatro elementos (metadiscursos de objetividad y realismo, la aparente ausencia de códigos, la necesidad de plasmar elementos informativos y la pretensión estética¹¹), actuantes en mayor o menor grado, constituyen fuerzas en tensión durante la ejecución del acto fotográfico y dejan huellas en el objeto simbólico en que se constituye la fotografía de prensa. Es posible también que estas mismas características permitan, en parte, describir el género discursivo fotoperiodístico (para seguir con el argumento, subgéneros de éste son la fotonota, el fotoensayo, el retrato, con características propias).

Ricoeur también afirma: “El sentido mental no puede encontrarse en ningún otro lado más que en el discurso mismo. El sentido del interlocutor deja su marca en el sentido de lo expresado.”¹² Tomemos esto como punto de partida para abonar en nuestro objeto. Lo señalado por Ricoeur vale para la enunciación individual (y, por supuesto, concierne a la lengua), así proporciona elementos para dilucidar cómo es que se producen estas marcas; en particular se refiere a los procedimientos gramaticales denominados traslativos (portadores gramaticales). Pone por ejemplo el pronombre personal “yo”, su condición de no concepto y la imposibilidad de su sustitución por una expresión universal.¹³

¹¹ He insistido en este elemento porque, a pesar de que los fotógrafos –por voz de varios a quienes he entrevistado– niegan que exista y remiten todo a la técnica para evitar acusaciones de subjetividad, el asunto es que se da. Se está volviendo una discusión recurrente e interesantísima (la posición en México es levantada por John Mraz y en Francia por Jean François Chévrier, profesor de arte, en *Le Monde*) la de la conveniencia de estetizar fenómenos tales como la pobreza y, en particular, se refieren al trabajo del muy destacado fotoperiodista Sebastião Salgado.

¹² Paul Ricoeur, *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*, Siglo XXI, México, 1999, p. 27.

¹³ *Idem.*

En la fotografía el yo se expresa y aparece manifiesto de diferentes maneras. Tomaremos la clasificación que hace Reséndiz mediante la cual reconoce dos tipos de enunciado-discurso-fotografía: el retrato y la instantánea periodística.¹⁴ A partir de esto: en el primero, el fotógrafo decide la manera en que utiliza las herramientas técnicas y su conocimiento en esa situación específica. A decir de este autor se da una “manipulación absoluta del fotógrafo”.

Los elementos de que el fotógrafo puede echar mano (que pueden considerarse a la vez como recursos connotativos de la fotografía) son la angulación, el encuadre, la composición, la iluminación, emulsiones, reveladores y papeles, los objetivos o lentes, el color y la edición.¹⁵

La clasificación de Reséndiz incorpora con pertinencia la ya clásica propuesta semiológica de Barthes (*punctum/studium*)¹⁶; sin embargo, y a pesar de que de alguna manera la presentación de la clasificación sigue la estructura conceptual de los tipos ideales¹⁷, olvida un asunto muy importante que vale la pena rescatar: las relaciones de poder. Éstas se manifiestan en el acto fotográfico

¹⁴ Rafael Reséndiz, “Hacia una lectura semiótica y poética de la fotografía. Un deambular por el retrato y la instantánea periodística”, en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/buendia/rmc/rmc51/resendiz.html>

¹⁵ Rafael Abreu, “Recursos connotativos de la fotografía. La opinión fotográfica”, en <http://www.sala.de.prensa.org/art105.htm>

¹⁶ Barthes habla del *studium* como un acto volitivo, el interés que muestro en una foto, “una suerte de dedicación general”; mientras que el *punctum* “es ese azar que en ella [en la foto] me despunta.” Roland Barthes, *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1994, pp. 64-65. A este tenor corresponden el retrato y la instantánea periodística de que habla Reséndiz.

¹⁷ “[...] siguiendo la lógica del método, sabemos que existen fotografías no puras; es decir, que no son ni retratos ni instantáneas.” Rafael Reséndiz, *op. cit.*, p. 5. Esta afirmación aclara que plantea la clasificación definiendo elementos formales y, a partir de ellos es posible analizar fotografías donde éstos no están presentes.

cuando, a pesar de que el momento puede representar el espacio de primacía del profesional, el fotografiado posee un *status* social privilegiado con respecto al fotógrafo y puede hacer uso del poder que esta característica potencialmente le confiere para intervenir en las decisiones estilísticas y formales de la toma.

Sobre la instantánea¹⁸ este autor afirma que “el objeto o sujeto por fotografiar controla la situación, porque son parte misma del entorno donde el fotógrafo no tiene ninguna ventaja”. Incluso llega a afirmar que es el sujeto/objeto a fotografiar “quien manipula al fotógrafo”. En este sentido, este autor considera desde una perspectiva cerrada la situación de la toma; esto es, donde no hay posibilidades más que las del azar. A ello habría que oponerle por lo menos la posibilidad de la decisión del encuadre, que no es poca cosa.¹⁹ Pero, como vimos ya, existen otros elementos, no menos importantes, como el equipo (objetivos o lentes, emulsiones, reveladores y papeles) que contraponen a esta posible manipulación del sujeto/objeto fotografiado, el poder connotativo del fotorreportero.

LA CO-INTENCIONALIDAD EN EL DISCURSO FOTOGRÁFICO DE PRENSA

Ahora bien, la reunión de elementos como la individualidad de Bajtín, los procedimientos gramaticales traslativos de Ricoeur y el control del fotógrafo o del sujeto/objeto fotografiado de Reséndiz en la perspectiva del trabajo fotográfico de prensa posibilitan, por

¹⁸ El autor suele referirse escuetamente a “instantánea” aunque en el subtítulo del artículo se señala “instantánea periodística”; por lo tanto, en este ensayo se toman sus afirmaciones sobre las instantáneas como siempre aplicadas a las periodísticas. *Ibid.*, p. 3.

¹⁹ Ahí está Dubois para confirmarlo: “Las instantáneas, las fotos de reportajes, tomadas más o menos a ojo de buen cubero, están tan trabajadas por los efectos compositivos como las fotos justamente llamadas ‘de composición’, preparadas, minuciosamente ordenadas antes del golpe”, 1986, p. 181.

ausencia, incorporar un elemento central que gravita en la toma de decisiones del enunciante: la organización y sus reglas.

Hablar de organización tal vez nos remitirá a un ente inasible e inanimado, convirtámoslo pues a los distintos editores (en algunos casos directores de arte) que orientan el trabajo del fotógrafo del diario, o, de forma menos activa y no siempre presente, lo reglamentado formal o informalmente en libros de estilo o recurrente en las experiencias cotidianas de selección de fotografías.

En Ricoeur, por ejemplo, el enunciado surge de una intencionalidad, la del hablante. Esto es importante porque según señala:

‘Querer decir’ es lo que el hablante hace. Pero es también lo que la oración hace. Lo que se quiere decir –en el sentido del contenido proposicional– es el lado ‘objetivo’ de este sentido. Lo intencionado por el hablante –en el triple sentido de la autorreferencia de la oración, la dimensión ilocutiva del acto de habla y la intención de obtener reconocimiento por parte del oyente– es el lado ‘subjetivo’ del sentido.²⁰

Pero, ¿qué sucede cuando esta intencionalidad está estrechamente acompañada por una intencionalidad poderosa, fuente primaria del acto, que es la de una organización que tiene establecidos perfiles claros y hasta en cierta medida rígidos de lo que quiere decir y cómo hacerlo?

Pongamos un ejemplo: durante la marcha *gay* llevada a cabo en la ciudad de Guadalajara el sábado 14 de julio, un fotógrafo del diario *El Informador* (de los 3 que de ese medio “cubrieron” el acto) y a quien se le publicó la foto de portada de sección que acompañaba a la nota (Héctor Guerrero), tiró²¹ aproximadamente

²⁰ Paul Ricoeur, *op. cit.*, p. 33.

²¹ “Tirar” se llama, en el argot fotográfico, al acto de apretar el disparador después de haber seleccionado un objeto/sujeto. Supone, pues, la posibilidad de que de ello no surjan imágenes que cubran a cabalidad los requisitos de una buena toma.

100 fotos; de ellas, la gran mayoría correspondían a tomas abiertas, hechas con lentes angulares, de la multitud y sin actores muy notorios. Evitó expresamente tomar muchas de quienes le parecían “escandalosos”, los travestis entre ellos, porque sabía que esas fotos no se las publicaría el diario.²² Esta decisión y, por tanto, el contenido de la mayoría de esas tomas estuvo fuertemente motivada, co-intencionada, por las órdenes expresas que ha recibido durante los 2 años que tiene laborando en esa institución.²³

Pues bien, el diario no le dictó paso a paso qué actores retratar, desde dónde hacerlo, qué velocidad, abertura del obturador, elegir. Sin embargo, hay una relación muy estrecha, difícil de separar en ocasiones, entre la intencionalidad de una y otro.

²² Algunas características que se atribuyen a este diario y que explican la percepción del fotógrafo que lo llevó a tomar esas decisiones con respecto a las fotos de ese acto son: “tercera, su adhesión a las causas de la iniciativa privada; cuarta, el desapego moderado con respecto a ciertas políticas gubernamentales de orden federal (casi nunca a las estatales), sobre todo las de carácter económico ‘populista’, de manera particular durante los períodos de Luis Echeverría y [José] López Portillo, y apoyo correlativo a sus ‘opuestas’, como las de De la Madrid y Salinas; quinta, la defensa de la hegemonía capitalista en el orbe; sexta, la simpatía por los intereses estadounidenses, sobre todo cuando los enarbolan administraciones republicanas; séptima, fobia muy marcada contra toda expresión socialista, comunista o izquierdista; octava, rechazo similar a los movimientos o gobiernos poco afines a los designios de las potencias occidentales (libios, cubanos, palestinos, irlandeses, iraquíes, iraníes, nicaragüenses, durante el período sandinista); novena, indiferencia ante los planteamientos y luchas en pro de la democracia; décima, gran vendedor del espacio publicitario, incluso a costa de sacrificar la cobertura informativa; undécima, banalidad ostensible tanto en el tratamiento de los temas, como en la selección de asuntos a publicar.” *Vid.* Gilberto Fregoso, «La prensa de Guadalajara: cuatro versiones de una tragedia», en *Comunicación y sociedad*, núms. 16 y 17, septiembre-abril, 1992-1993, pp. 161-162.

²³ Entrevista con Héctor Guerrero, 16 de julio de 2001, Guadalajara, Jalisco.

RECURSOS CONNOTATIVOS

Las formas en que, según Abreu, los recursos connotativos pueden ser utilizados son:

- a) La angulación. La elección de un picado y un contrapicado, se sabe, pueden producir el efecto de disminución o exaltación, respectivamente.²⁴
- b) El encuadre y la composición.

El enclave desde el cual reproduzcamos visualmente una escena dará inmediatamente noticia de nuestra posición física, con posibles derivaciones hacia una apreciación de nuestra toma de partido, en el caso de que la escena sea conflictiva o plantee algún tipo de oposición o de confrontación.²⁵

Esta afirmación de Alonso y Matilla es perfectamente ejemplificable a partir de la reciente fotografía de Rafael del Río, fotógrafo de *Público*, en la que éste, después de haber cubierto una rueda de prensa sobre a desvío de recursos en la Universidad de Guadalajara, decidió tomar una foto con un encuadre que incluía al edificio de la Rectoría de esa institución y la cartelera del Cine Foro donde se anunciaba la película "Pícaros ladrones".

- c) La iluminación.

La luz frontal "aplata" los objetos contra el fondo. La iluminación posterior permite "separar" las figuras de dicho fondo. La iluminación lateral, ya sea horizontal u oblicua, produce relieve, pero si no es equilibrada e iluminada acentúa contrastes que resultan deformes. Algo similar sucede si se dirige desde arriba hacia abajo, toda vez que origina fuertes sombras en la superficie a fotografiar.²⁶

²⁴ El autor de quien ha sido tomada esta descripción aclara, y vale para el resto de los recursos connotativos, que los significados que se pueden atribuir a los resultados de la utilización determinada de estos elementos no funcionan inexorablemente. *Cfr.* Abreu, *op. cit.*, pp. 1-2.

²⁵ Manuel Alonso y Luis Matilla, citados en Abreu, *op. cit.*, p. 3.

²⁶ *Ibidem.*

- d) Emulsiones, reveladores y papeles. Estos tres elementos pueden influir en la notoriedad del “grano”²⁷ en la impresión de la foto. Asimismo, en la suavidad o dureza de las imágenes, cuando los papeles son de alto contraste o sedosos.
- e) Objetivos o lentes. Ya vimos que cuando se buscan planos generales la decisión se inclina por los angulares, y los telefotos se ajustan bien a la obtención de detalles. Estos mismos objetivos producen la sensación de lejanía (profundidad de campo) o cercanía.
- f) La selección del color. En las fotos no siempre es posible, y se busca con ella producir ciertos significados, aunque con mucha frecuencia no se logre. La teoría del color sugiere ciertas sensaciones asociadas a la gama, a los rojos y amarillos se les denomina calientes; en cambio a los azules y verdes, fríos. Por otro lado, el blanco se asocia a la pureza, el marrón sugiere tierra, etcétera.
- g) La edición. El trabajo de los editores es crucial en los diarios. Con mucha frecuencia el diseño de las páginas no respeta las proporciones a las que puede ser recortada o ampliada una fotografía a partir del tamaño y formato del negativo, así que aquéllos suelen verse obligados a realizar cortes, o deciden hacerlo para suprimir elementos distractores o entorpecedores para la consecución del objetivo estético, informativo o político de la foto.²⁸

²⁷ El grano es un entramado, generalmente no notorio, que aglutina los blancos, grises y blancos de la foto. Sin embargo, cuando hay malas condiciones de luz y se utiliza película de alta sensibilidad y se abre mucho el diafragma de la lente, entonces aparecerá visiblemente en la foto y suele decirse que da a esta una expresividad dramática, ya que “ensucia” el ambiente de la imagen, o le da cierto carácter de realismo documental.

²⁸ *Cfr.* para todos los incisos Abreu, *op. cit.*

Por su parte, Barthes reconoce otros seis códigos de connotación como los más importantes: trucaje, pose, objeto, fotogenia, estética y sintaxis.²⁹

CONTENCIONALIDAD, TOMA DE POSICIÓN Y PODER

Todos estos, elementos connotativos, refieren al individuo. Hablábamos antes de una cointencionalidad ¿por qué es importante aclarar esto? Porque la utilización de estos elementos, que contribuyen a la construcción del discurso visual está guiada por una intencionalidad (colectiva) que antecede al acto de la enunciación:

Al construir nuestro discurso, siempre nos antecede la totalidad de nuestro enunciado, tanto en forma de un esquema genérico determinado, como en forma de una intención discursiva individual. No vamos ensartando palabras, no seguimos de una palabra a la otra, sino que actuamos como si fuéramos rellenando un todo con palabras necesarias.³⁰

¿Cómo antecede la totalidad de un enunciado al acto fotográfico? La cuestión de que las noticias se buscan y están ahí para ser recogidas es una falacia que muchas investigaciones han contribuido a demostrar; por el contrario, existe una planeación más o menos cuidada que desemboca en la construcción de las notas y las fotonotas. Es verdad que los sujetos (fotógrafos en este caso) no son títeres sin voluntad ni razón que actúen automáticamente siguiendo órdenes (como tampoco lo son aquéllos que leerán la nota o verán la foto y harán una interpretación de ellas), pero lo cierto es que se conjugan varias voluntades en una intención colectiva que confluyen en la creación de un enunciado discursivo

²⁹ Citado en Philippe Dubois, *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1986, p. 46.

³⁰ M. Bajtín, *op. cit.*, p. 276.

de manera consciente. Y este enunciado, en relación con los hechos sociales, representa una toma de posición ante una circunstancia determinada:

La intención, que es el momento subjetivo del enunciado, forma una unidad indisoluble con el aspecto del sentido del objeto; limitando a este último, vinculándola a una situación concreta y única de la comunicación discursiva, con todas sus circunstancias individuales, con los participantes en persona y con sus enunciados anteriores.³¹

Sin embargo, esta toma de posición, además de cointencionada está cercada por un orden porque el discurso, como señala Foucault es un bien codiciado.

El discurso [...] no es simplemente lo que manifiesta [o encubre] el deseo: es también lo que es el objeto del deseo; y ya que —esto la historia no cesa de enseñárnoslo— el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.³²

El poder, este elemento ineludible cuando de discurso se trata, está, aparece en forma de aquello (o aquellos) que logra hacerse visible o del uso de la capacidad de hacer visible. La primera corresponde a las estrategias que siguen los actores para conseguir aparecer en las imágenes que un diario despliega; la segunda, las decisiones que en el diario se toman tendentes a definir a quién se muestra y de qué maneras.

En este sentido, una imagen habla con fuerza, sí, de lo que contiene pero también de lo que omite. Son muy conocidas ya las historias en la URSS de Stalin de personajes borrados de fotografías por razón de su caída de la gracia del dictador. No siempre los

³¹ *Ibid.*, p. 267.

³² Michel Foucault, *op. cit.*, 1980, p. 12.

ejemplos son tan evidentes. La ausencia de personajes de la vida cotidiana, no reconocidos o legitimados por institución alguna es directamente proporcional a la profusión con que las caras de políticos, religiosos, etcétera, suelen ilustrar (sin más elementos que el retrato) notas de diversa índole, aunque en su mayoría declaraciones.

EL DIARIO COMO ENUNCIADO DEL DISCURSO

Hasta ahora he hablado con mayor abundancia de aspectos que conciernen al acto fotográfico e, incluso, de elementos prefotográficos³³; sin embargo, poco ha aparecido el objeto simbólico que es la fotografía.

Si aceptamos que la fotografía de prensa no constituye un medio en sí misma y que sólo cumple su vocación informativa en la medida en que está expuesta en una plana, entonces lo que dice el célebre editor de *Life*, Wilson Hicks, puede ser tomado como válido: “Esta particular integración de los medios verbales y visuales de comunicación es, en una palabra, fotoperiodismo.”³⁴

En este sentido, para hablar del discurso visual de la fotografía periodística resulta ineludible comprender también los textos escritos que la acompañan y el lugar que ocupan dentro del enunciado general en que se constituye el objeto-diario.

Según Barthes debido a la inherente polisemia de la imagen, en toda sociedad se “desarrollan diversas técnicas destinadas a fijar la cadena flotante de significados, con el fin de combatir el

³³ “[...] aquellos valores connotativos que de por sí poseen culturalmente los componentes de la escena fotográfica.” Esparza, 1989, p. 465.

³⁴ Wilson Hicks, “What is Photojournalism”, en R. Smith Schuneman, (ed.), *Photographic Communication*, New York, Hasting House, 1972, p. 19.

terror producido por los signos inciertos: una de estas técnicas consiste precisamente en el mensaje lingüístico.”³⁵

Este mensaje lingüístico es directamente el pie de foto o, indirectamente, la nota escrita.

La labor de anclaje que ejerce el mensaje lingüístico con respecto a la fotografía (o a la imagen) es la más usual en prensa y contribuye a explicar los elementos de la fotografía, denomina, “ayuda a dar con el nivel adecuado de percepción”³⁶ y, a nivel de lo simbólico ajusta el sentido a una cierta connotación más dirigida, menos individual y abierta.

Por su parte, el relevo consiste en una complementación con respecto a la imagen, no es el texto lingüístico el que guía la lectura, sino que ambos –imagen y texto– forman parte de un “sintagma más general”. Esta función es más común en el *cómic*³⁷ aunque, como hemos visto en usos recientes de la fotografía (como los fotomontajes aparecidos en *Público* bajo la firma de Jabaz) también se pueden incorporar los globos del cómic que cumplen la función de relevo.

Tomemos pues al objeto-diario mismo como un enunciado. En el entendido, con Bajtín, de que éste es

la *unidad real* de la comunicación discursiva. Porque el discurso puede existir en la realidad tan sólo en forma de enunciados concretos pertenecientes a los hablantes o sujetos del discurso. El discurso siempre está vertido en la forma del enunciado que pertenece a un sujeto discursivo determinado y no puede existir fuera de esta forma.³⁸

Es posible esta caracterización porque el diario reúne las características de a) cambio de sujetos discursivos; b) conclusividad;

³⁵ Roland Barthes, *Lo obvio y lo obtuso*, Paidós, Barcelona, 1995, p. 36.

³⁶ *Idem.*, cursivas en el original.

³⁷ *Ibid.*, p. 37.

³⁸ Bajtín, *op. cit.*, p. 260, cursivas en el original.

c) “se relaciona inmediatamente y por sí mismo con el contexto de la realidad extraverbal (situación, ambiente, prehistoria”); d) se enfrenta de una manera directa e inmediata a otros enunciados ajenos.³⁹

Es evidente, sin embargo, que este enunciado, siguiendo con esta definición no se trata de uno simple, sino de uno complejo en tanto éstos “absorben y reelaboran diversos géneros primarios (simples)” y “surgen en condiciones de comunicación cultural más compleja, relativamente más desarrollada y organizada.”⁴⁰

En ese sentido, forman parte de ese *corpus* los titulares, anuncios, notas, fotografías y pies de foto. No es posible aplicar los mismos métodos de análisis a todos ellos (poseen características propias —tales como la gramática y sintaxis—, comunes en algunos casos, distintas en otros, que los hacen susceptibles de estudios particulares). Sin embargo, es deseable que la interpretación de sus significados los vincule entre sí, y, como veremos más adelante, los relacione con las condiciones espacio-temporales en que se enuncian y con “las maneras en que se reciben y comprenden los mensajes de los medios.”⁴¹

DISCURSO PERIODÍSTICO E IDEOLOGÍA

Ahora hemos llegado al punto en que nuestro enunciado discursivo es un ente complejo que supone un texto multimodal⁴² que con-

³⁹ *Ibid.*, p. 263.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 250.

⁴¹ John Thompson, *Ideología y cultura moderna*, UAM, México, 1998, p. 390.

⁴² Las características atribuibles a un texto multimodal son: 1. Un conjunto de modos semióticos está siempre involucrado en toda producción o lectura de textos. 2. Cada modo tiene sus potencialidades específicas de representación y comunicación, producidas culturalmente pero inherentes a cada modo. 3. Es preciso comprender la manera de leer esos textos como textos coherentes en sí mismos. 4. Tanto los productores como los lectores tienen poder

junta diversas formas simbólicas.⁴³ Difícilmente se podría separar a la fotografía del contexto inmediato al que se vincula directamente y con el que “dialoga”. De ahí que tenga que referirme al diario en su doble carácter de enunciado discursivo y de medio de comunicación.

Como medio de comunicación el diario difunde formas simbólicas entre las cuales destaca la imagen, siempre vinculada a un texto. La producción, para su posterior difusión, de estas formas simbólicas surge, ya vimos, de una cointencionalidad que desemboca en signos motivados: “Quien produce un signo trata de generar la representación más apropiada de lo que quiere significar. Por eso el interés del que hace signos está directamente cifrado en los medios formales de representación y comunicación.”⁴⁴

A partir de aquí, pues, se justifica la aparición de un nuevo elemento que permite ampliar más el ámbito del análisis del discurso: la ideología.⁴⁵

en relación con los textos. 5. Los escritores y los lectores producen signos complejos [...]. 6. El interés describe la convergencia de un complejo conjunto de factores: historias sociales y culturales, contextos sociales actuales, incluso estimaciones del productor de los signos acerca del entorno comunicativo. 7. El interés en representaciones aptas y en una comunicación efectiva significa que los productores de signos eligen significantes [formas] apropiados para expresar significados [sentidos], de manera que la relación entre signifiante y significado no es arbitraria sino motivada.” *Cfr.* Leite-García Kress y Van Leeuwen, *op. cit.*, p. 388.

⁴³ Por formas simbólicas entiendo “una amplia gama de acciones y lenguajes, imágenes y textos, que son producidos por sujetos y reconocidos por ellos y por otros como constructos significativos.” *Vid.* Thompson, *op. cit.*, p. 89.

⁴⁴ Leite-García Kress, y Van Leeuwen, *op. cit.*, pp. 375-376.

⁴⁵ A partir de aquí, el concepto de ideología que adopto es el propuesto por Thompson y que sugiere se trata de “las maneras en que los individuos situados en contextos sociales estructurados emplean, hacen circular y comprenden las formas simbólicas”. p. 86.

La ideología es, entonces, un factor de todos los modos en cuestión. En esto diferimos también de los analistas que encararon las representaciones visuales como ajenas a la ideología; ellos tratan lo visual como transparentemente representativo, aunque abierto a utilidades ideológicas en la comunicación.⁴⁶

Thompson sugiere, incluso, que en las sociedades modernas es a través de la difusión de formas simbólicas que los medios de comunicación llevan a cabo es que se moldea la vida cultural y, por tanto que “[...] en las sociedades caracterizadas por el desarrollo de la comunicación de masas, el análisis de la ideología se debería interesar centralmente en las formas simbólicas transmitidas por los medios técnicos de comunicación de masas.”⁴⁷

Sin embargo, esta apreciación que incorpora a la ideología no supone, de manera alguna, una conceptualización neutra del concepto, sino una en la que ésta refiere al establecimiento y apuntalamiento de relaciones de dominación mediante el significado transmitido vía formas simbólicas a públicos extendidos y dispersos en el tiempo y el espacio.⁴⁸

Estas relaciones de dominación van mucho más allá de las definidas en el ámbito de las clases sociales, son relaciones de poder que aseguran diferencias asimétricas y que pueden referirse a cuestiones de género, raciales, de clase, de edad, entre otras. La apuesta por reconocer la afirmación de estas relaciones de dominación en las formas simbólicas difundidas nos lleva indefectiblemente al contexto (como un espacio estructurante y estructurado por estas formas simbólicas, por usar el ya clásico planteamiento de Bourdieu). Tampoco es un cuento pretender que aquéllas no se dan, son características de las sociedades desarrolladas y en desarrollo. Sin embargo, no lleva a nada esta afirmación ge-

⁴⁶ *Idem.*

⁴⁷ *Ibid.*, p. 384.

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 385-386.

neral. Y es básico demostrarlo cuando se pretende hablar de ello. El planteamiento afirmativo de su presencia particular en formas simbólicas concretas, omitiendo su búsqueda y encuentro, nos llevan a lo que Eco denominó la sobreinterpretación.

Algunas de las formas en que opera la ideología son: “la legitimación, la simulación, la unificación, la fragmentación y la cosificación.”⁴⁹ Es interesante plantear cómo es posible que a través de un discurso periodístico pueden ponerse en marcha estas estrategias simbólicas de manera ideológica. No es posible hacer de este ejercicio un absoluto porque, como aclara el autor de esta propuesta teórica, es su inserción en circunstancias particulares y su uso y comprensión en estas mismas lo que le puede dar el carácter de ideológico.⁵⁰ Sin embargo, podemos adelantar una serie de propuestas que contribuyan a esclarecer este posible vínculo bajo el entendido de que son indicios inacabados a falta de un análisis más complejo que involucre las interrelaciones entre los productores de formas simbólicas, éstas y sus interpretantes en un marco espacio-temporal determinado.

Para el caso, por ejemplo, de una simulación, ésta puede hacerse posible mediante la eufemización o descripción positiva de un estado de cosas.⁵¹ Para ello, como ya hemos visto, funciona de forma adecuada la capacidad estética de la imagen. Así, por ejemplo, a pesar de que la *intentio operis* puede ser otra, muchos de los ensayos o reportajes fotográficos de denuncia que han llevado a cabo reconocidos fotógrafos por el mundo suelen llegar a resultados que desplazan ese significado en favor de una apreciación estética que naturaliza y embellece condiciones de vida miserables.

⁴⁹ Umberto Eco, *op. cit.*, p. 91.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 92.

⁵¹ *Ibid.*, p. 94.

Una estrategia para alcanzar la unificación es la llamada “simbolización de unidad”. Mediante ésta no sólo se contribuye a, sino que se fortalece una identidad colectiva. Las referencias, en nuestro medio, a la religión católica, las manifestaciones de sus dirigentes y la manera de abordarlos suelen incurrir en un trato que presupone una influencia, y una predisposición a ella, igual y generalizada sobre y por parte de toda la población.

Por otro lado, mediante la estrategia opuesta, de fragmentación, se fortalece la definición del otro, del distinto, mediante la enfatización de sus diferencias. En este caso, por ejemplo, el tratamiento de la homosexualidad en el ejemplo que di de una manifestación *gay* puede resultar de mucha ayuda para su ilustración. Aparte del cliché prejuicioso que más que entender esta orientación sexual como la atracción hacia personas del mismo sexo la conceptualiza con mucha frecuencia como el deseo enfermizo de ser mujer (es también casi siempre referida a la homosexualidad masculina, mientras que la femenina es casi ignorada), es posible que lo que lleva a los fotógrafos y reporteros a perseguir con fruición a los travestis es la posibilidad clara de identificar en ellos, a partir de la diferencia, la otredad. Y a fragmentar también, individualizándola (en lo que de singular tiene el término) una realidad más poblada de lo que se cree.

La sexualidad, por supuesto, siempre servirá de ejemplo porque como ya hacía notar Foucault

las regiones en las que la malla está más apretada, en las que se multiplican los compartimentos negros, son las regiones de la sexualidad y las de la política: como si el discurso, lejos de ser ese elemento transparente o neutro en el que la sexualidad se desarma y la política se pacifica fuese más bien uno de esos lugares en que se ejercen, de manera privilegiada, algunos de sus más temibles poderes.⁵²

⁵² Michel Foucault, *op. cit.*, p. 12.

Pues bien, para concluir quiero decir que la intención de este ensayo corrió bajo dos líneas que espero hayan confluído: una fue la de adaptar algunas propuestas teóricas al objeto del fotoperiodismo como discurso y de sus formas de manifestación como potencialmente ideológicas; la otra, fue la de ordenar algunos elementos que posibilitaran el análisis del mismo desde una perspectiva amplia. ❁